



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant Don
Belisario del Real Plaza Cusco, 2022

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Industrial

AUTOR:

Recharte Huarancca, Dennis Johann (orcid.org/0000-0002-3971-7469)

ASESOR:

Mg. Linares Sanchez, Guillermo Gilberto (orcid.org/0000-0003-2810-658X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistemas de Gestión de la Seguridad y Calidad

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico este trabajo con todo mi amor y cariño a mi hija Danitza Rouse que gracias a su existencia y gran amor por ella pude descubrir en mí el gran potencial que tengo y poder dar lo mejor de mí.

A mis padres y hermanos que en el día a día supieron motivarme y alentarme a seguir adelante a pesar de todas las adversidades en el camino pude lograrlo.

A mi novia Bertha Cusi mi gran amiga y compañera de vida.

Dennis Recharte

Agradecimiento

Agradezco de todo corazón a DIOS, por darme la vida y salud para poder seguir sirviendo y ayudando a muchas personas con mi formación.

A mis padres, por ser mis sinceros amigos, que con sus sabios consejos pude lograr lo que siempre soñé, no fue fácil el proceso, pero el resultado es este hijo que formaron y aquí estoy siempre dando lo mejor de mí, muchas gracias.

A todos mis docentes y amistades que con su sabiduría lograron conseguir en mí llegar a este punto.

Dennis Recharte

Índice de contenidos

| | |
|--|------|
| Carátula..... | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenidos | iv |
| Índice de tablas | v |
| Índice figuras | vi |
| Resumen..... | vii |
| Abstract..... | viii |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 5 |
| III. METODOLOGÍA | 14 |
| 3.1. Tipo y diseño de estudio | 14 |
| 3.2. Variable y operacionalización | 15 |
| 3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis..... | 15 |
| 3.4. Técnica e instrumento de recolección de data..... | 16 |
| 3.5. Procedimientos | 17 |
| 3.6. Métodos de análisis de datos | 17 |
| 3.7. Aspectos éticos..... | 17 |
| IV. RESULTADOS..... | 18 |
| V. DISCUSIÓN | 45 |
| VI. CONCLUSIONES | 48 |
| VII. RECOMENDACIONES | 50 |
| REFERENCIAS..... | 51 |
| ANEXOS | 56 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Fiabilidad de Calidad de Ss. | 18 |
| Tabla 2. Fiabilidad de Satisfacción | 18 |
| Tabla 3. Variable calidad | 19 |
| Tabla 4. Dimensiones tangibles..... | 20 |
| Tabla 5. Dimensión fiabilidad..... | 21 |
| Tabla 6. Capacidad de respuesta | 22 |
| Tabla 7. Dimensión seguridad | 23 |
| Tabla 8. Dimensión empatía..... | 24 |
| Tabla 9. Variable satisfacción del cliente | 25 |
| Tabla 10. Dimensión calidad funcional percibida | 26 |
| Tabla 11. Calidad técnica percibida..... | 27 |
| Tabla 12. Dimensión valor percibido..... | 28 |
| Tabla 13. Dimensión confianza | 29 |
| Tabla 14. Dimensión expectativa..... | 30 |
| Tabla 15. Tabla cruzada de variables de estudio..... | 31 |
| Tabla 16. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para satisfacción del cliente..... | 32 |
| Tabla 17. Correlación de las variables en estudio | 33 |
| Tabla 18. Correlación de elementos tangibles y satisfacción del cliente | 35 |
| Tabla 19. Correlación dimensión fiabilidad y satisfacción del cliente | 37 |
| Tabla 20. Correlación dimensión capacidad de respuesta y satisfacción del cliente..... | 39 |
| Tabla 21. Correlación dimensión seguridad y satisfacción del cliente..... | 41 |
| Tabla 22. Correlación dimensión empatía y satisfacción del cliente | 43 |

Índice figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Variable calidad de servicio..... | 19 |
| Figura 2. Dimensión elementos tangibles..... | 20 |
| Figura 3. Dimensión fiabilidad | 21 |
| Figura 4. capacidad de respuesta | 22 |
| Figura 5. Dimensión seguridad..... | 23 |
| Figura 6. Dimensión empatía..... | 24 |
| Figura 7. Variable satisfacción..... | 25 |
| Figura 8. Dimensión calidad funcional percibida | 26 |
| Figura 9. Calidad técnica percibida | 27 |
| Figura 10. Dimensión valor percibido | 28 |
| Figura 11. Dimensión confianza | 29 |
| Figura 12. Dimensión expectativa | 30 |
| Figura 13. Tabla cruzada de calidad de servicio y satisfacción del comensal | 31 |
| Figura 14: Dispersión de puntos satisfacción del cliente y calidad de servicio.... | 34 |
| Figura 15: Dispersión de puntos satisfacción del cliente y elementos tangibles . | 36 |
| Figura 16: Dispersión de puntos satisfacción del cliente y fiabilidad | 38 |
| Figura 17: Dispersión de puntos satisfacción del cliente y capacidad de respuesta | 40 |
| Figura 18: Dispersión satisfacción del cliente y seguridad | 42 |
| Figura 19: Dispersión de puntos satisfacción del cliente y empatía | 44 |

Resumen

La presente investigación tomo como objetivo determinar el grado de relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. Metodológicamente se realizó en base al diseño no experimental y transversal, tipo aplicado, nivel de investigación realizado es descriptivo correlacional y se aplicó el método hipotético- deductivo. Tuvo una muestra de 381 comensales a quienes se les aplico las encuestas en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, utilizando para ello el instrumento del cuestionario, el cual fue debidamente validado, además de ser sometido al estadístico Alfa de Cronbach.

Respecto a los resultados el 46% de los encuestados señalaron que el nivel de satisfacción es regular referente a la calidad de atención recibido en el restaurante Don Belisario de la Real plaza Cusco. En tal sentido, referente a las conclusiones se determino que existe un grado de correlación perfecta, directa y positiva de las variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 con un Rho de Spearman= 0,966; todo ello indica que si la calidad de servicio se mejora ostensiblemente la satisfacción del cliente del restaurante del Real Plaza se incrementa.

Palabras Clave: Calidad, servicio, satisfacción, restaurante.

Abstract

The objective of this research was to determine the degree of relationship between quality of service and customer satisfaction in the Don Belisario restaurant in Real Plaza Cusco, 2022. Methodologically, it was carried out based on the non-experimental and transversal design, type applied, level of research carried out. the correlational and the hypothetical-deductive method was applied. It had a sample of 381 diners to whom the corresponding surveys of the Don Belisario restaurant in Real Plaza Cusco were applied, using the questionnaire instrument, which was duly validated, in addition to being submitted to the Cronbach Alpha statistic.

Regarding the results, 46% of the respondents indicated that the level of satisfaction is regular regarding the quality of care received at the Don Belisario restaurant in the Real Plaza Cusco. In this sense, regarding the conclusions, it was determined that there is a degree of perfect, direct and positive correlation of the variables Quality of service and Customer satisfaction in the Don Belisario restaurant in Real Plaza Cusco, 2022 with a Spearman's Rho = 0.966; All of this indicates that if the quality of service is ostensibly improved, customer satisfaction at the Real Plaza restaurant increases.

Keywords: Quality, service, satisfaction, restaurant.

I. INTRODUCCIÓN

Como parte de la globalización mundial, en los últimos años, aun mas por la presencia del virus COVID–19, se ha observado que el cliente es más exigente referente a la cualidad de los servicios percibidos, lo que está demostrando el constante cambio de los mercados y la urgencia de las empresas de enfrentar esos desafíos a fin de abrirse un camino en planeta globalizado y que cada instante es más exigente y competidor. Las empresas que se dedican a las actividades de servicios en el momento actual a causa de la pandemia están experimentando un significativo crecimiento, lo cual se basa en los requerimientos y demanda del mercado donde se circunscriben; las necesidades y expectativas son constantemente cambiantes, por tal motivo se hace de necesidad evaluar la complacencia del cliente y su conexión con la calidad de servicio, con el objetivo de saber la necesidad de los clientes. Mejías & Manrique (2018)

En Perú de acuerdo a la Cámara de Comercio de la capital peruana, señala que existe más de doscientos mil restaurantes, dato concordante con la Asociación de restaurant y afines, que dan a conocer que existen más de doscientos mil restaurantes proporcionando trabajo a más de un millón de trabajadores en el Perú. Al respecto el INEI señala que más de 220 mil establecimientos se dedican a expender comida, pero solamente 65,980 están debidamente categorizados como restaurantes, los cuales pueden ser de 1 a 5 tenedores. (Regalado , 2020). Pero actualmente la pandemia del COVID 19 transformo el escenario de los restaurantes originando que cierren por lo menos 100 mil locales de comida, un 50% de los negocios, según datos de CANATUR. Frente a esta coyuntura, surge con fuerza el delivery, convirtiéndose en práctica habitual por los clientes y restaurantes. Finalmente, el chef del Institut Paul Bocuse Wonner, indico que la nueva normalidad exigirá nuevas reglas para los restaurantes como: carta de menú digital con código QR, aforo limitado, acatamiento de los protocolos de bioseguridad, entre otros. (USIL, 2020) En ese sentido muchas empresas están tomando acciones para fortificar los servicios de calidad ofertados a sus compradores, esto es muy trascendental en una empresa, las organizaciones están constantemente buscando satisfacer las urgencias de sus habituales compradores y que los productos o servicios

brindados logre superar sus expectativas, si se cumple con esos requisitos atraerán nuevos clientes y conservarán su lealtad; de lo contrario podría ocasionar una insatisfacción.

En ocasiones en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco se ha observado una cierta insatisfacción de parte de los comensales originada por la deficiente calidad del servicio, donde los mozos y demás trabajadores no cumplen adecuadamente con sus funciones evidenciando que no están correctamente capacitados, todo ello reflejando a la hora de atención del cliente, los meseros en ocasiones no saben si se puede hacer un determinado pedido de la carta, otro detalle a tomar en cuenta es la no organización en cada pedido, originando demoras al momento de servir los platos, observando que en ocasiones los clientes se retiran del local por el prolongado tiempo de espera. Para que el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco mejore su Calidad de servicio y la satisfacción de los comensales, fue de necesidad identificar el kit del problema y los motivos por los cuales se originan. Para poder inferir el problema general del estudio se hizo mediante el árbol de problemas en las cuales se determinó la causa y efectos (anexo 1).

Por todo lo mencionado líneas arriba se procedió a la formulación de la siguiente pregunta general ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022? Al mismo tiempo se procedió a formular las interrogantes particulares: ¿Cuál es la relación entre elementos tangibles y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022?, ¿Cuál es la relación entre fiabilidad y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022? , ¿Cuál es la relación entre capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022?, ¿Cuál es la relación entre seguridad y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022?, ¿Cuál es la relación entre empatía y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022?

El actual trabajo de investigación desarrolla la justificación teórica puesto pretende aplicar el marco teórico en mejorar la calidad del servicio otorgado y con ello elevar la satisfacción del comensal en el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco. Su justificación práctica, se justifica porque con los resultados obtenidos se procederá a aplicar en solucionar los puntos débiles que presente el restaurant Don Belisario de la Ciudad del Cusco de esta manera el servicio que presta será de calidad y lo cual repercutirá en la satisfacción del cliente. Del mismo modo las recomendaciones obtenidas en el presente trabajo pueden ser muy bien tomadas en cuenta y beneficio del restaurant en estudio. Justificación social se justifica porque en un primer momento se beneficiará el restaurant en estudio con los resultados obtenidos para realizar los ajustes necesarios que vean por conveniente pero también se puede aplicar en otros restaurants de la ciudad del Cusco, para mejorar su calidad de servicio. Y finalmente la justificación metodológica se justifica porque los instrumentos como son las encuestas y otros se pueden replicar en otros trabajos de investigación similar al presente estudio ya que estos ya fueron validados por expertos y sometidos programas estadísticos que arrojaron una confiabilidad excelente como es el alfa de Cronbach.

De esta manera, se procede a la formulación de la hipótesis principal: Existe una relación directa y significativa entre Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. Siguiendo en el mismo camino se formularon las hipótesis secundarias: Existe una relación directa y significativa entre elementos tangibles y la Satisfacción del cliente en el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; existe una relación directa y significativa entre confianza y la Satisfacción del cliente en el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; existe una relación directa y significativa entre la capacidad de respuesta y la Satisfacción del cliente en el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; existe una relación directa y significativa entre seguridad y la Satisfacción del cliente en el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; existe una relación directa y significativa entre empatía y la Satisfacción del cliente en el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 .

De igual forma, se formularon los objetivos de estudio, siendo el principal: Analizar la relación entre la calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. Por otro lado, también se procedió a formular los objetivos secundarios: Identificar la relación entre elementos tangibles y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; identificar la relación entre fiabilidad y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; identificar el grado de relación entre capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; identificar el grado de relación entre seguridad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; identificar la relación entre empatía y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

López (2018), investigo la “Calidad de los servicios y Satisfacción del cliente en el Restaurant Rachy´s - Guayaquil”, su objetivo primordial llegó a ser determinar la correlación de calidad de los servicios y satisfacción del comensal del restaurant Rachy´s. Metodológicamente se apoyó en el camino cuantitativo basado en modelo Servqual, de nivel correlacional y no experimental; para la obtención de su data fue mediante las encuestas y cuestionarios respectivamente dirigidas a sus clientes después de su consumo las cuales fueron 365 encuestas en el restaurant Rachy´s. Los resultados arrojaron una asociación positiva de Pearson (0,697) de las variables planteadas. La conclusión fue, si se incrementa la calidad de los servicios va incrementar la satisfacción o si baja la calidad de servicio baja la satisfacción del comensal, también se evidenció la ausencia de capacitaciones y no existe incentivos motivaciones por parte del restaurant hacia el trabajador.

Monroy & Urcadiz (2019), planteo el artículo científico “Calidad de los servicios y sus incidencias en la satisfacción de los comensales en restaurantes, La Paz - México”, desarrollo el fin del artículo determinar la percepción de calidad de los servicios y sus incidencias en satisfacer a los clientes en restaurantes de México. La metodología empleada fue de tipo correlación, no experimental y realizó una encuesta a 207 comensales en base a la escala Likert, en base a 5 dimensiones (instalación, accesibilidad, capital humano, atmosfera y comida) y los cuales fueron sometidos a un análisis de varianzas. Los resultados fueron: calidad de servicio y satisfacción no evidencian discrepancias significativas, a excepción de los resultados de atmosfera y comida. Se concluye que los establecimientos de restauración deben ejecutar un análisis estratégico del servicio brindado a los comensales. Finalmente, acerca de las variables en estudio como son servicio de calidad y satisfacción presentan una $r = 0,9$ a nivel general.

Monge et ál, (2019), realizaron el artículo científico “Calidad de los servicios y satisfacción de los clientes de los restaurantes de Napo – Ecuador”, el fin primordial de su trabajo fue estudiar las dimensiones de calidad con base en el método Servqual, y su correlación con la apreciación de los comensales acerca de la calidad de los servicios. Metodológicamente tiene enfoque mixto,

de tipo correlacional, la muestra se basó en el muestreo probabilístico que fue de 384 turistas a quienes se les aplicó las encuestas respectivas. En relación a los resultados indican: el 74% de los comensales perciben el servicio de buena calidad. Las conclusiones indican la existencia de una relación de las variables investigadas de acuerdo al estadístico correlacional de Pearson (0,884) y un sig. de 0,023.

Causado (2019), realizó el artículo de investigación titulado “Mejora continua de servicios a los clientes a través del ServQual y Red de Petri en un Restaurant de Santa Marta-Colombia”, el fin de la investigación llegó a ser evaluar la dimensión capacidad de respuesta, al brindar un servicio en la sección de restaurantes. El método empleado fue el explicativo, correlacional y el tamaño de la muestra fue 205 comensales realizándoles la encuesta respectiva en base al modelo ServQual. Los resultados revelaron que las dimensiones con mayores brechas fueron capacidad de respuesta (-2,35) y fiabilidad (-1,90), ello indica que los trabajadores no respondieron con premura y destreza a los requerimientos de los comensales lo que originó una insatisfacción, lo cual se refleja en el tiempo de espera y la falta de coordinación en los pedidos. Las conclusiones fueron que, mediante el ServQual y Red de Petri, se evaluó la calidad de los servicios y como estos influyen en la satisfacción de los comensales para garantizar la fidelidad y la sostenibilidad en el restaurant Santa Marta y se optimizaron los procesos en la prestación del servicio.

Martínez (2021), planteó la tesis de postgrado “Calidad en los servicios y el nivel de satisfacción del usuario”, planteó el objetivo principal analizar la correlación de calidad en los servicios y el grado de satisfacción del usuario para potencializar la gastronomía en los restaurantes, la metodología planteada fue el correlacional. Su muestra de estudio fue 272 clientes que fueron encuestados. Los resultados indican que el 60% de los encuestados están insatisfechos con la dimensión seguridad y consideraron que fue deficiente, respecto a la empatía el 55% dijeron que fue inadecuado. Finalmente se concluyó la existencia de asociación de las variables analizadas positiva y la existencia de factores a mejorar en los restaurantes que participaron del estudio.

Zárraga et ál (2018 a), realizaron el artículo titulado “La satisfacción del comensal fundado en la calidad de los servicios mediante la eficiencia del

personal y eficiencia de los servicios: un estudio empírico de la industria de restaurants – México”, el fin primordial del trabajo de investigación fue analizar las relaciones causales entre satisfacción de cliente y calidad de los servicios en una guía conceptual de un servicio restaurantero. Apoyado en una investigación cuantitativa y transversal. El estudio tuvo una muestra realizada a 200 comensales quienes respondieron a los cuestionarios aplicados. Los resultados concluyeron la presencia de relación positiva de los elementos en estudio calidad de los servicio y eficiencia del personal (trato, actitud, capacidad para resolver un problema) y eficiencia del servicio (mobiliario, instalaciones, vestimenta de los trabajadores).

Mendoza (2021), investigo “Calidad de los servicios y satisfacción de los comensales del restaurant Grill Home Chepén, su objetivo fue determinar la asociación de calidad de servicio y satisfacción del comensal del restaurant en estudio. La metodología aplicada fue el nivel correlacional. Su muestra establecida fue de 196 comensales del restaurant a quienes se les encuestó referente a la calidad de los servicios. Referente a sus resultados fueron: el 65% de los encuestados infieren respecto a calidad de los servicios están a un nivel medio. El tema de satisfacción está en un nivel medio con un 65%. Las conclusiones respecto a elementos tangibles fue que posee una asociación moderada positiva respecto a satisfacción, fiabilidad y la satisfacción tiene una relación (Rho de Spearman) baja positiva, capacidad de las respuestas y satisfacción muestran una correlación moderada positiva, seguridad y satisfacción el grado de correlación fue moderada positiva y finalmente empatía y satisfacción presenta una correlación moderada positiva.

Morales (2021), en su estudio “Calidad de los servicios para satisfacer a los clientes en el restaurant Marakos – Chiclayo, tuvo como fin de estudio principal proponer una estrategia de calidad de servicio que admita elevar de la satisfacción de los usuarios del restaurant Marakos. La metodología empleada fue de enfoque mixto, referente a la muestra poblacional fue de 371 comensales a quienes se les aplicó las encuestas respectivas. Los resultados más destacados fueron referente a la cualidad de los servicios específicamente sobre el elemento tangible, que halla en el nivel regular es decir no cuenta con los

equipos necesarios para agilizar los pedidos generando una insatisfacción a los clientes.

Nina (2020), analizo “Calidad de los servicios y su correlación con la satisfacción de clientes en el restaurante chifa El Huarochirano - Lima”, su fin de investigación fue determinar la asociación respecto a calidad de los servicios y satisfacción de los comensales en el Restaurant mencionado. La metodología que aplico fue el correlacional, la muestra poblacional ascendió a 43 comensales a quienes se les realizo las encuestas respectivas. Los resultados fueron: calidad de servicio percibido el 63% indican que fue bueno. Satisfacción del comensal percibido 47% dijeron que bueno. Respecto a sus dimensiones tangibilidad (51%) bueno, confiabilidad (60%) bueno, capacidad de respuesta (53%) bueno, seguridad (16%) regular, empatía (12%) regular. La conclusión fue la existencia de una asociación positiva (Spearman =0,572), referente a la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios.

Gonzales & Huanca (2018), estudio “La calidad de los servicios y su correlación con la satisfacción de los clientes del restaurante Mariano Melgar-Arequipa” y su fin de investigación como determinar la relación entre la calidad de los servicios con la satisfacción de los clientes de restaurant de pollos a la brasa ya mencionado. Sobre la metodología aplicada fue el cuantitativo – correlacional, la muestra fue a 384 eventuales clientes a quienes se aplicó las encuestas respectivas. Los resultados fueron: confiabilidad (Rho=0,185), indica que los usuarios no se encuentran satisfechos, capacidad de respuesta (Rho=0,33), dimensión seguridad (Rho=0,36) tiene una correlación positiva baja, empatía (0,51) relación positiva alta, dimensión tangibilidad (0,42) correlación positiva moderada. La conclusión relevante fue que calidad de los servicios y satisfacción están relacionados positivamente teniendo un Rho de Spearman (0,50), deduciendo que los consumidores no se sintieron muy satisfechos con el servicio prestado.

Valverde (2019), investigo “Calidad de los servicios y su correlación con la satisfacción de los clientes del restaurant escuela Trujillo Señorial”, su fin fue determinar la correlación de la calidad de servicio y satisfacción de clientes del restaurant pre mencionado. La metodología de estudio empleada fue el correlacional de enfoque cuantitativo, la muestra fue de 170 clientes los cuales

respondieron las encuestas realizadas. Los resultados fueron los siguientes: la dimensión tangibilidad se ubicó en el nivel medio con 49%, fiabilidad se ubicó en el nivel bajo con 48%, capacidad de respuesta se localizó en el nivel medio con 71%, seguridad se ubicó en el grado alto, y empatía se ubicó en el grado medio con 51%. La principal conclusión fue que se evidencia una asociación directa de las variables estudiadas y presento un coeficiente de Spearman (0.55), además posee un alto grado de calidad (cocina y salón) la satisfacción fue alta, si baja de calidad será por rotación o cambio del personal y la satisfacción baja.

Ávila (2021), planteo la investigación “Calidad de los servicios y su correlación con la satisfacción de los comensales del restaurant Ají Seco - Trujillo”, y propuso el objetivo determinar el grado de relación de la calidad de los servicios y satisfacción de los clientes. La metodología de estudio desarrollado fue el correlacional, la población muestral llego a ser 90 comensales los que fueron encuestados. Los resultados fueron: los elementos tangibles tienen una correlación (0.58), fiabilidad obtuvo una correlación (0,68), capacidad de respuesta obtuvo una correlación (0,67), seguridad obtuvo una correlación (0,69), empatía obtuvo una correlación (0,67). Las conclusiones son que no solamente las grandes cadenas de restaurantes deben poner énfasis referente a calidad y satisfacción de los clientes, también los pequeños restaurants deben gestionar una manera adecuada las variables de estudio y cumplir con las expectativas, necesidades de los comensales.

A continuación, se desarrolla la variable calidad de servicio:

En relación al servicio Ilhami (2020), da a conocer que los cambios en las expectativas de servicio de los clientes son debido al creciente número de empresas que han intensificado la competencia en la industria de servicios y han llevado a los gerentes a desarrollar nuevas estrategias con respecto a la ventaja competitiva sostenible, la retención de clientes existentes y la adquisición de nuevos clientes.

La apreciación del cliente y las evaluaciones sobre la calidad de servicios en los restaurantes dependen mucho del desempeño de los empleados durante la prestación de servicio. (Ribeiro & Prayag, 2018). En ese mismo sentido Angelova citado por Quang et al (2018), enfatiza la jerarquía de “calcular la

calidad de los bienes es más fácil porque se puede medir objetivamente con indicadores tales como la durabilidad y el número de defectos, pero la calidad de los servicios son ítems abstractos” Por lo general, la naturaleza abstracta de la calidad de los servicios crea dificultades para las entidades en términos de definir variables, hacer mediciones y también en concebir de qué manera los usuarios finalmente aprecian los bienes y la calidad del servicio.

Calidad del servicio comienza con un adecuado boceto e implementa unos sistemas de prestación de servicios. La experiencia gastronómica de las personas ha evolucionado a lo largo de los años debido a las tendencias cambiantes de la sociedad, una mejor conciencia sobre la salud, un nuevo sistema educativo y varios hábitos dietéticos de las personas. Incluso se pronostica que los clientes serán más sofisticados en sus decisiones gastronómicas, con lo cual la calidad de servicio será más exigente para el rubro restaurante. (Akhil & Suresh, 2021)

Rumagit (2022), la calidad servicio de las empresas tiene que ser mantenida y mejorado porque el cliente espera obtener un buen servicio incluso más de lo esperado, solo así los clientes estarán satisfechos con la empresa de servicios. Anu (2021), el perfeccionamiento de la calidad de los alimentos y las variedades en el menú es esencial para satisfacer al cliente.

Así mismo Slack (2021), en investigaciones recientes han identificado que los factores que inquietan la elección de un restaurante por parte de los clientes es el valor percibido el cual no es estático y continúan transformándose a medida que las experiencias y expectativas de los comensales en los restaurantes continúan cambiando. Respecto al valor percibido Dwaikat et ál (2019), indica que es una variable significativa, muy pocos estudios han examinado su efecto directo o en muchos estudios se ha evaluado como variable mediadora. Konuk (2019), da a conocer que los atributos de calidad del servicio se relacionaron positivamente con el valor percibido. En ese mismo camino Lee (2018), indica la existencia de una dependencia directa entre el valor percibido, la satisfacción del cliente y la calidad del servicio. Kin et ál (2019), argumenta que el valor percibido del servicio puede expresarse en muchas dimensiones, en lugar de solo una, como costo-beneficio, como generalmente lo plantean en diversos estudios.

Belal (2019), revela que la calidad del servicio y la de alimentos tiene un resultado afirmativo en la satisfacción del usuario. Tuncer (2019) el cliente percibe la calidad del servicio del personal como una expectativa básica del servicio y no asumirá el costo adicional por este criterio.

Por otro lado, Kala (2020), propuso dimensiones acerca de calidad de servicio como autenticidad, calidad de los alimentos, presentación de los alimentos, características del personal, características físicas, calidad del servicio y el ambiente del trabajo para negocios de restaurantes.

Anyionu (2021), las empresas de restauración son hoy en día altamente competitivas en nuestro entorno y para sobrevivir y crecer exige que los operadores ofrezcan servicios de calidad para cumplir o incluso superar las expectativas de los clientes. La satisfacción de las necesidades del cliente brinda la oportunidad para que esa organización retenga a sus clientes durante mucho tiempo. Cuantos más clientes se retengan, menos invertirá dicha organización en adquirir nuevos clientes, ya que satisfacer las necesidades de los clientes atraerá más patrocinio.

Líneas arriba ya se menciona lo referente a calidad de servicio, pero que es servicio al respecto Grönroos (1984), hace referencia que el servicio como procesos en cierta medida inmateriales y experimentados de forma intrínseca, en la que la fabricación y el consumo no se efectúan al mismo tiempo si no en un determinado momento a posteriori.

En la escuela norte americana es muy difundido la guía SERVQUAL perfeccionado por Parasuraman et al, quienes desarrollan un instrumento que consiente la realización de la métrica de calidad del servicio percibido por los clientes, basado en el concepto de calidad de servicio y algunas otras investigaciones, lo cual les permitió cuantificar la calidad de servicio. El SERVQUAL llega a ser un instrumento de medición que admite la evaluación de la discrepancia entre expectativas y percepciones de los usuarios, pueden estar basados en comentarios y otros. En base al SERVQUAL se plantearon cinco dimensiones: 1) Elementos tangibles: aspecto de la instalación física, equipo, personal y material. 2) Fiabilidad: capacidad de hacer un servicio ofrecido de manera honesta. 3) La capacidad de respuestas: disponibilidad para ayudar a

usuarios y proveer los servicios velozmente. 4) Seguridad: Los trabajadores muestran habilidad para infundir credibilidad, confianza, cortesía y etc. 5) Empatía: ofrecer servicios de forma individualizada. (Parasuraman, 1992). Siguiendo con los autores antes mencionados, dan a conocer la definición de Calidad de servicio: "...discordancia entre expectativas de la clientela acerca de los servicios que van a ser recibidos y sus percepciones en función a los servicios justamente cedidos por la compañía"

En seguida se desarrolla la variable de estudio que viene a ser satisfacción del cliente:

Kotler & Armstrong (2018), fase de ánimo de un sujeto producto de la comparación del rendimiento percibido de los productos o servicios con sus propias expectativas.

Zheng (2019), Un cliente de restaurante satisfecho debe ser alguien que esté complacido con la comida y que vea el comer como una experiencia satisfactoria, en ese sentido satisfacción del comensal es el grado de satisfacción en general que siente el comensal, como consecuencia de la medida en que el desempeño divisado de un determinado servicio esté relacionado con las perspectivas del comensal.

Joudeh et ál (2021), los clientes que tienen una mala experiencia o recibir un servicio deficiente es un indicador temprano de que se pueden perder clientes (lo cual es un factor crítico en el crecimiento del negocio), ya que ninguna organización puede mantener una tasa de crecimiento constante si se enfrenta el problema de satisfacer a sus clientes.

Satisfacción del cliente contiene los sentimientos de placer y bienestar, en ese entender la satisfacción del comensal o del consumidor se describe como la evaluación subjetiva del consumidor de la experiencia de consumo, basada en ciertas asociaciones entre las percepciones del comensal y características objetivas del servicio (Rajput, 2020).

Satisfacer a los clientes y la lealtad de los mismos siempre están relacionadas entre sí, pero no siempre muestran una relación positiva (Maisya, 2019). Medir la calidad de servicio permite a los gerentes percibir la calidad de

los servicios desde la óptica de los usuarios, identificar la ubicación de los problemas de calidad y establecer estándares claros para una correcta calidad de servicio brindado (Saneva, 2020).

Respecto a la dimensión satisfacer al cliente al respecto Mejías & Manrique, como se citó en Zárrega et ál (2018b) son los siguientes:

- ❖ Calidad funcional percibido, señala la manera como se hace la prestación del servicio al usuario.
- ❖ Calidad técnica percibido, se fundamenta en las cualidades propias del servicio proporcionado.
- ❖ Valor del servicio, asocia calidad – precio que el usuario concluye o infiere post servicio obtenido.
- ❖ Confianza, es el indicador de beneficio de la satisfacción y se calcula en base a al nivel logrado, la percepción del comensal habilidad de la organización de brindar un adecuado servicio, fidelizar al cliente y establecer el nivel en que el comensal hablen bien de la prestación del servicio ofertado.
- ❖ Expectativas, grado referencial que aguarda el comensal respecto al servicio que solicito, previo a la adquisición.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de estudio

En referencia al tipo de estudio planteado fue aplicado, referente a ello Carrasco (2008), indica “tiene propósitos aplicativos a corto tiempo, simplemente tiene función de resolver problemas específicos”. (p.43). Efectivamente investigación aplicada tiene como uno de sus fines la solución de un problema concreto de las organizaciones.

La presente investigación tuvo un nivel de investigación correlación ya que se pretendió comprobar la correlación de las variables estudiadas, ya antes determinadas, al respecto Hernández et ál (2018), indican que “tienen como fines conocer el porcentaje de asociación que presentan dos concepciones en una muestra en particular”

El diseño de investigación efectuado fue el no experimental en función, a ello Hernández et ál., (2018), esa clase de trabajos “es hecha sin manipular intencionalmente las variables” efectivamente al realizar este estudio no se procedió a manipular ninguna de las variables de estudio, ni las dimensiones en estudio, porque no es un experimento para realizar tal cosa. (p.252)

Las investigaciones transversales con base en el investigador Bernal (2010), afirma que “se obtienen referencias del objeto de investigación (poblaciones o muestras) solo en una ocasión y en un momento dado”, efectivamente al realizar las encuestas a los clientes del restaurant Don Belisario se procedió a recolectar la data respectiva en un solo lapso de tiempo.

El enfoque de estudio diseñado estuvo en función a sus indicadores y fue el cuantitativo puesto que se consideró la utilización de las matemáticas y la estadística descriptiva al mismo tiempo el inferencial para comparar los datos obtenidos al momento de realizar las encuestas respectivas.

3.2. Variable y operacionalización

Variable de estudio N° 1: Calidad de servicio

PARASURAMAN, et ál (1992), “.....discordancia entre las expectativas de la clientela acerca de los servicios que van a ser recibidos y sus percepciones en función a los servicios justamente otorgados por la empresa”

Dimensiones planteadas:

- ❖ Elemento tangible
- ❖ Fiabilidad
- ❖ Capacidad de respuesta
- ❖ Seguridad
- ❖ Empatía

Variable de estudio N° 2: Satisfacción del cliente

Kotler & Armstrong, Gary (2018), “fase de ánimo de un sujeto producto de la comparación del rendimiento percibido de los productos o servicios con sus propias expectativas”.

Dimensiones planteadas por Mejias Acosta, Agustin & Manrique Chirkova, Sergey (2018):

- ❖ Calidad funcional percibida
- ❖ Calidad técnica percibida
- ❖ Valor percibido
- ❖ Confianza
- ❖ Expectativa

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

López (2004) referente a las poblaciones señala lo siguiente: “un grupo de individuos de los cuales se pretende descubrir algo o realizar un estudio respectivo”, en ese sentido la población estudiada fueron los clientes del restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco del 2022.

La muestra a juicio de López (2004), viene a ser un “subconjunto del universo o de la población en cual se realiza una investigación” para el presente

trabajo de investigación se tiene la información que el restaurante en estudio por día atiende a 200 comensales, para lo cual utilizaremos la fórmula para población infinita por proporción.

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{E^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,46 * (1 - 0,46)}{0,05^2}$$

Z= nivel de confianza (1.96)

p= probabilidad de éxito (0.46)

q= probabilidad de fracaso (0.46)

E = nivel de error = 5% = 0,05

n= tamaño de la muestra

n = 381 clientes a encuestar

El muestreo fue el probabilístico simple teniendo en cuenta a Carrasco (2006), al respecto indica su “fundamentación que está basado en lo estadístico y normas aleatorias que toda la población tiene igual oportunidad de ser seleccionado para una muestra y/o investigación”. Ósea toda la población tiene la posibilidad de participar al azar de las encuestas. Finalmente, la unidad de análisis viene a ser los 381 clientes del restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco del 2022.

3.4. Técnica e instrumento de recolección de data

La técnica para recolectar la data correspondiente fue la encuesta y el instrumento manejado llego a ser el cuestionario. El cuestionario estuvo adaptado a la guía SERVQUAL de calidad de servicio que mide lo que el cliente espera de la organización, cuyas respuestas tenían 5 alternativas en base a la escala Likert. Para la encuesta se estableció 22 preguntas en base a las dimensiones de calidad del servicio y satisfacción.

3.5. Procedimientos

Para la ejecución del trabajo de investigación se efectuó la solicitud del caso al gerente – administrador del restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco. De esta manera se llevó a cabo, se procedió a realizar las encuestas a los clientes del restaurante, primeramente, se les explico de que se trataba las encuestas, el objetivo de las encuestas, de cuantas preguntas constaba la encuesta, quienes podían participar de ello, el tiempo que duraría la encuesta, y finalmente se les pregunto si desean participar de ello. Ya que las encuestas fueron voluntarias y anónimas, respetando la identidad de cada cliente. Pero antes de aplicar la encuesta se realizó una prueba piloto a 25 clientes del restaurante en estudio para verificar la fiabilidad del instrumento. Una obtenida la información requerida se observó un Alfa de Cronbach con un alto grado de confiabilidad con lo cual se procedió a realizar la encuesta requerida.

3.6. Métodos de análisis de datos

Una vez obtenido la data correspondiente de las encuestas realizadas se procedió a vaciar al programa estadístico SPSS versión 26, mediante la estadística descriptiva se elaboraron las tablas y figuras que facilitaron la realización del análisis de frecuencias y representar los porcentajes de las variables planteadas y sus respectivas dimensiones. Referente a la prueba de hipótesis se manejó la prueba de correlación de Spearman el cual nos permitió conocer el grado de correlación existente entre las dos variables planteadas y dar por cumplido los objetivos de investigación planteados para la presente investigación.

3.7. Aspectos éticos

En presente trabajo de indagación se cumplió rigurosamente con todas las normas éticas establecidas por la Universidad Cesar Vallejo, así mismo se cumplió con respetar las autorías utilizadas en la referencia bibliográfica, para lo cual se utilizó las normas ISO. Del mismo modo se hizo un estricto respeto al parecer de los clientes de restaurante Don Belisario, su intimidad e identidad de no ser divulgados ni mal usados.

IV. RESULTADOS

Fiabilidad de las Variables en estudio

Tabla 1. *Fiabilidad de Calidad de Ss.*

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,958 | 16 |

Fuente: elaboración propia

En tabla 1 se evidencia que existe un Alfa de Cronbach de 0.958, lo que está demostrando la existencia una excelente confiabilidad por estar cercano a la unidad.

Tabla 2. *Fiabilidad de Satisfacción*

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,962 | 17 |

Fuente: elaboración propia

En tabla 2 se evidencia que existe un Alfa de Cronbach de 0.962, lo que está demostrando la existencia una excelente confiabilidad por estar cercano a la unidad.

Tabla 3. Variable calidad de servicio

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 66 | 17,2 | 17,2 | 17,2 |
| | Regular | 176 | 46,3 | 46,3 | 63,4 |
| | Bueno | 139 | 36,6 | 36,6 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

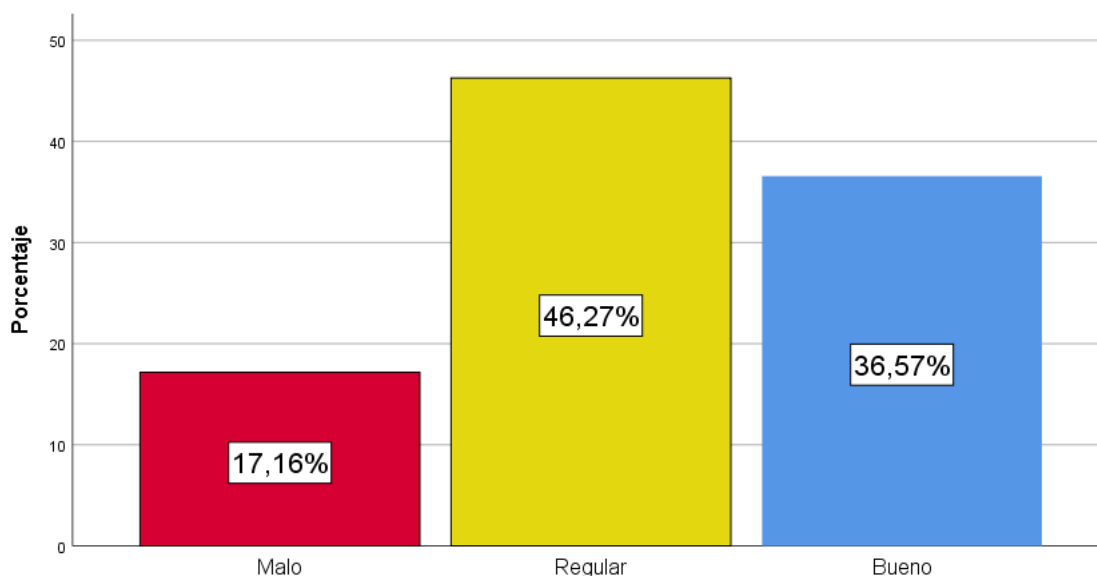


Figura 1. Variable calidad de servicio

Interpretación

En la tabla 3 y figura 1 hay evidencia que la variable calidad de servicio se halla en el nivel regular con el 46,27%, los que indican que es bueno el 36,57% de los encuestados y finalmente los señalaron que es malo el 17,16%.

Respecto a la variable calidad de servicio del restaurant Don Belisario del Real Plaza de la ciudad se encuentra en un regular por debe mejora sus dimensiones planteadas como son los elementos tangibles, la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de esta manera mejora los servicios prestados a los comensales del restaurante en estudio.

Tabla 4. Dimensiones tangibles

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 68 | 17,9 | 17,9 | 17,9 |
| | Regular | 196 | 51,5 | 51,5 | 69,4 |
| | Bueno | 117 | 30,6 | 30,6 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

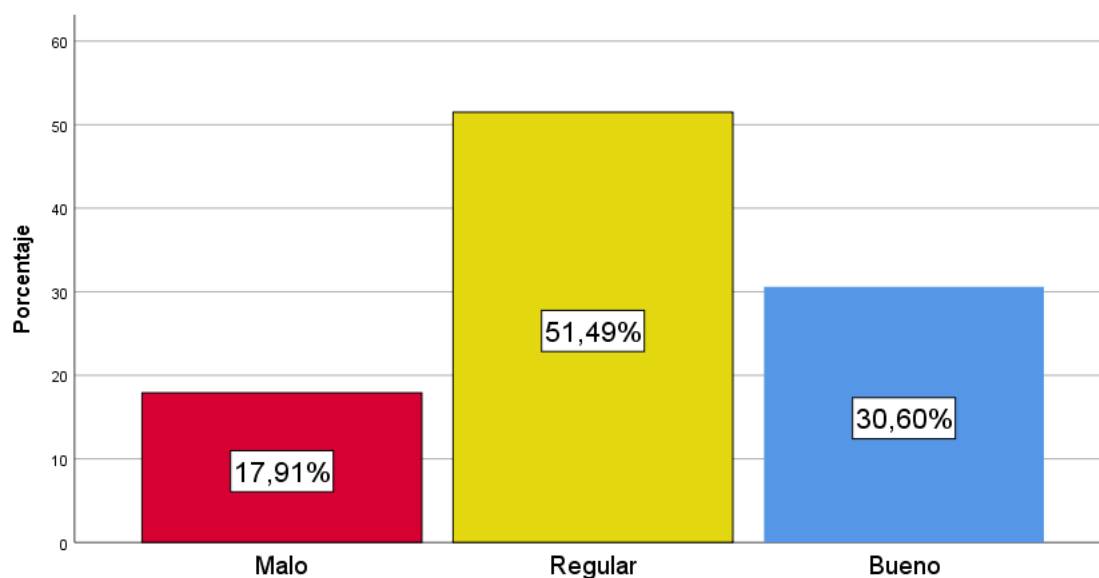


Figura 2. Dimensión elementos tangibles

Interpretación

En la tabla 4 y figura 2 respecto a los elementos tangibles como son los equipos, mobiliario, las instalaciones, el personal del restaurante y la presentación del menú, en relación a ello los encuestados señalaron que es regular con el 51,49%; los indican que es bueno el 30% y finalmente los que dijeron que es malo solamente el 17,9% de los encuestados.

En relación a los elementos tangibles se debe realizar ciertas mejoras como son el mobiliario del restaurant ya cumplió el ciclo de vida y realizar la reposición con nuevos utensilios, vajillas. De igual forma se deben realizar ciertas mejoras al diseño de la presentación del menú digital.

Tabla 5. Dimensión fiabilidad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 66 | 17,2 | 17,2 | 17,2 |
| | Regular | 233 | 61,2 | 61,2 | 78,4 |
| | Bueno | 282 | 21,6 | 21,6 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

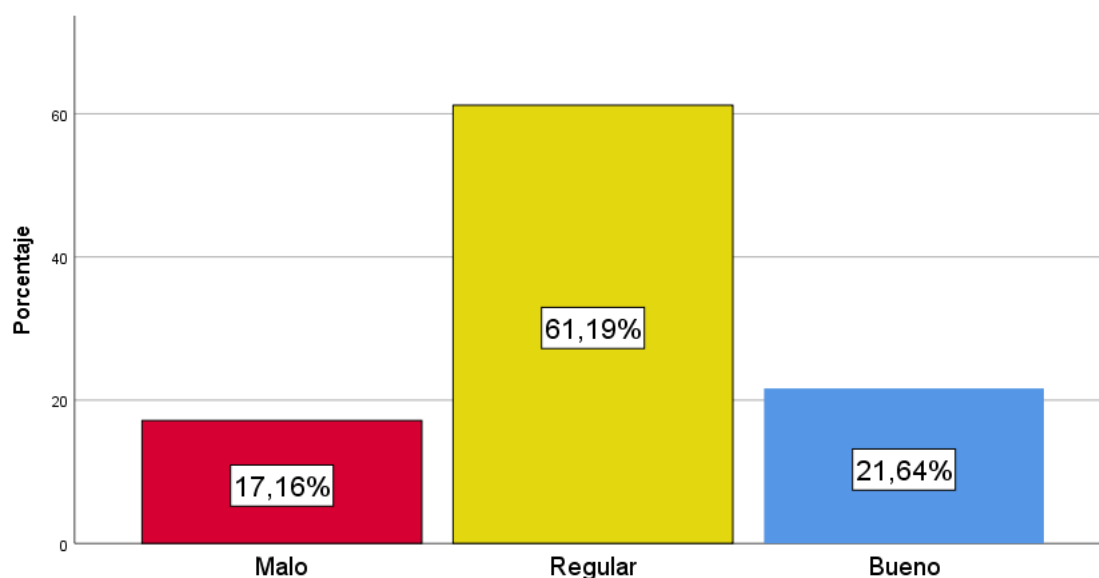


Figura 3. Dimensión fiabilidad

Interpretación

En la tabla 5 y figura 3 respecto a la dimensión fiabilidad (promesa del personal, solución de las quejas y realizar el servicio correctamente) indican que es regular el 61,19%; los que señalaron que es bueno el 21,64% y finalmente el 17,16% dijeron que es malo.

Para que la dimensión fiabilidad llega al nivel bueno debe realizar algunas mejoras como viabilizar los reclamos de los comensales y lo principal que el personal debe cumplir con las promesas que realizan al comensal como sacar los platos en el tiempo señalado.

Tabla 6. Capacidad de respuesta

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 60 | 15,7 | 15,7 | 15,7 |
| | Regular | 199 | 52,2 | 52,2 | 67,9 |
| | Bueno | 122 | 32,1 | 32,1 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

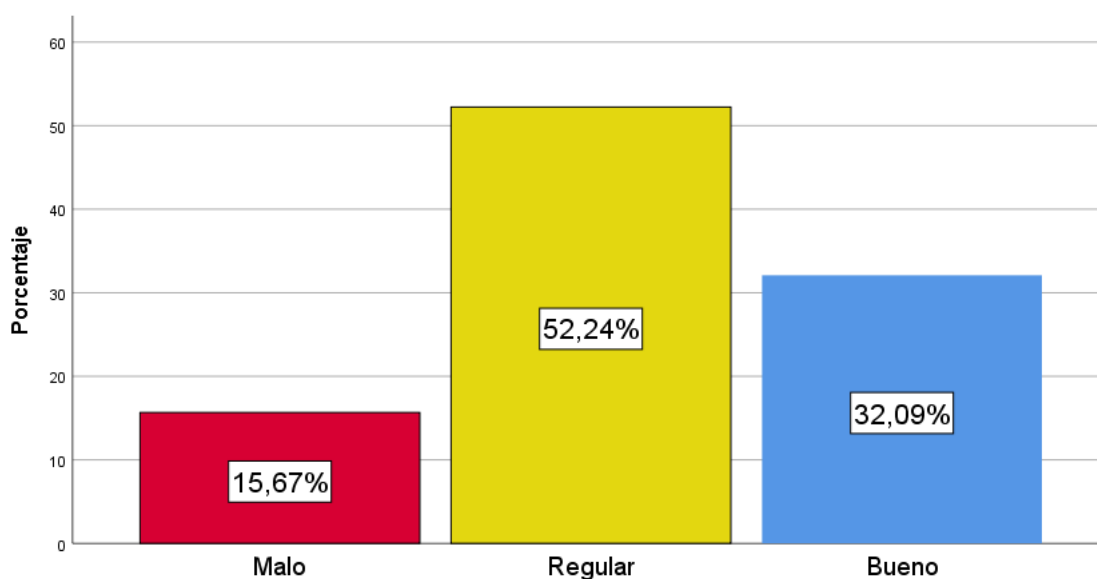


Figura 4. capacidad de respuesta

Interpretación

En la tabla 6 y figura 4 referente a la capacidad de respuesta (prestar el de forma veloz) indican que es regular el 61,19%; los que señalaron que es bueno el 21,64% y finalmente el 17,16% dijeron que es malo.

Para mejorar la capacidad de respuesta se debería realizar perfeccionamientos en la prestación del servicio como la velocidad en la atención, en sacar los platos de la cocina, disposición para ayudar a los comensales.

Tabla 7. Dimensión seguridad

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 77 | 20,1 | 20,1 | 20,1 |
| | Regular | 173 | 45,5 | 45,5 | 65,7 |
| | Bueno | 131 | 34,3 | 34,3 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

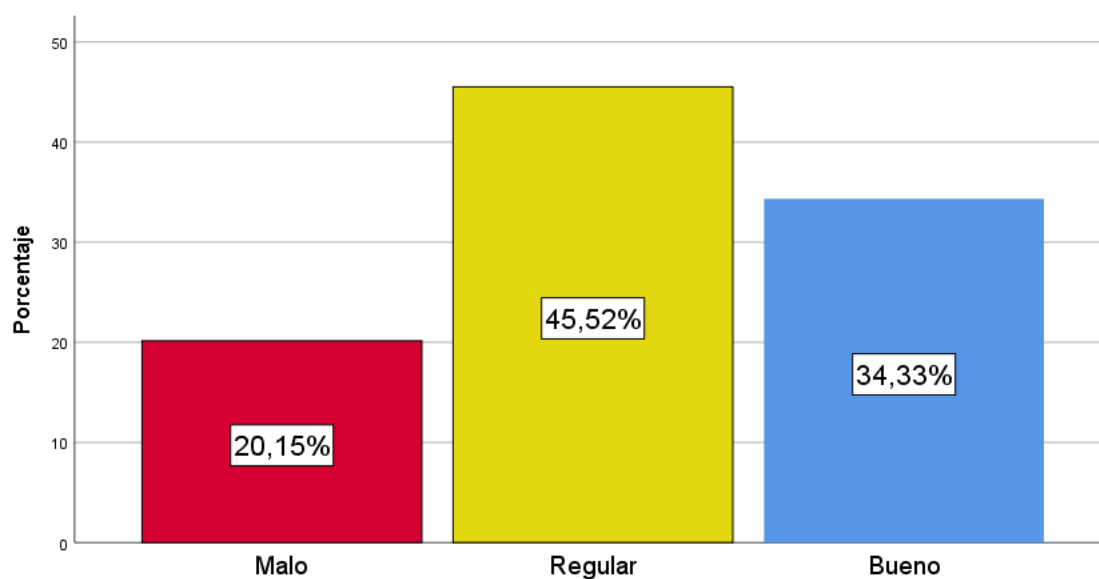


Figura 5. Dimensión seguridad

Interpretación

En la tabla 7 y figura 5 respecto a la dimensión seguridad (transmitir confianza, amabilidad y conocimiento) el 45,52% señalaron que es regular, mientras que el 34,33% dijeron que es bueno y finalmente el 20,15% indicaron que malo.

Para que la dimensión seguridad mejore de nivel el personal debe transmitir confianza, amabilidad y el personal debe tener una constante capacitación de esta manera mejorar sus conocimientos en el servicio al comensal.

Tabla 8. Dimensión empatía

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 82 | 21,6 | 21,6 | 21,6 |
| | Regular | 191 | 50,0 | 50,0 | 71,6 |
| | Bueno | 108 | 28,4 | 28,4 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

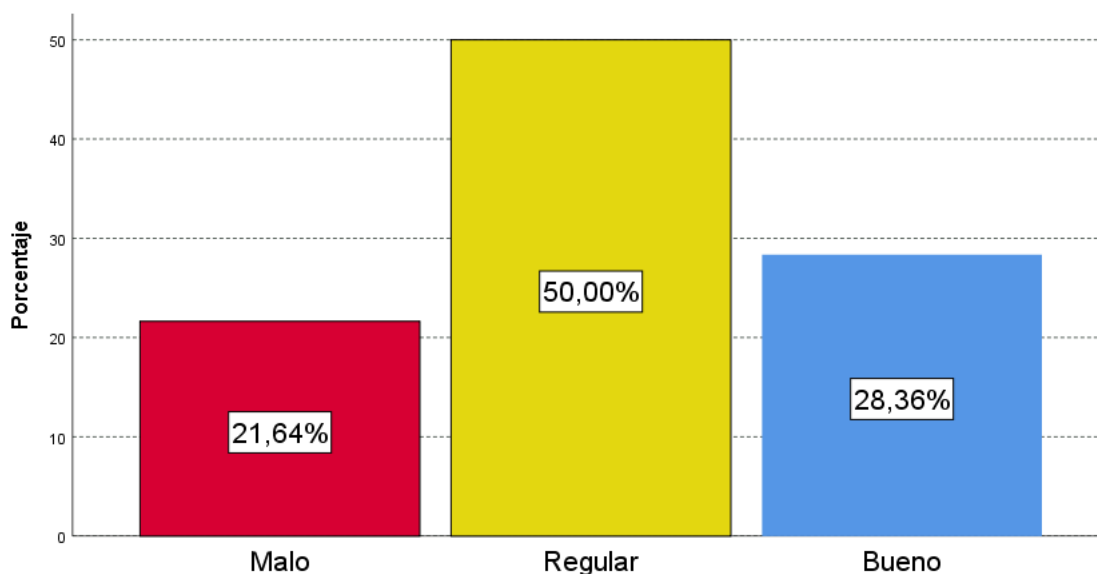


Figura 6. Dimensión empatía

Interpretación

En la tabla 8 y figura 6 respecto a la dimensión empatía (necesidades específicas, servicio especificado y horarios adecuados) el 50% señalaron que es regular mientras el 28,36% indicó que es bueno y por último el 21,64% determinó que es malo.

Los clientes sienten que debe realizarse mejoras sobre esta dimensión específicamente en entender las necesidades de los comensales, conocer sus preferencias y principalmente ofrecerles una atención personalizada.

Tabla 9. Variable satisfacción del cliente

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 54 | 14,2 | 14,2 | 14,2 |
| | Regular | 188 | 49,3 | 49,3 | 63,4 |
| | Bueno | 139 | 36,6 | 36,6 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

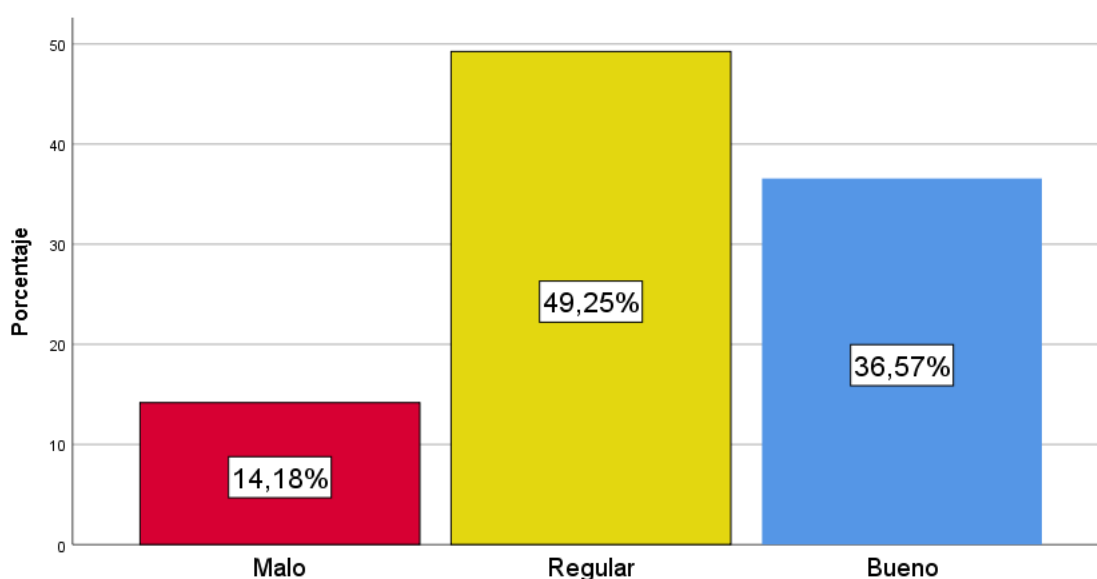


Figura 7. Variable satisfacción

Interpretación

En la tabla 9 y figura 7 respecto a la variable satisfacción se da de la siguiente manera los indican que es regular son el 49,25 %, seguido del nivel bueno con 36,57% y los indicaron que se encuentra en el nivel malo son el 14,18% de los encuestados del restaurante Don Belisario del Real Plaza del Cusco.

Tabla 10. Dimensión calidad funcional percibida

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 66 | 17,2 | 17,2 | 17,2 |
| | Regular | 210 | 55,2 | 55,2 | 72,4 |
| | Bueno | 105 | 27,6 | 27,6 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

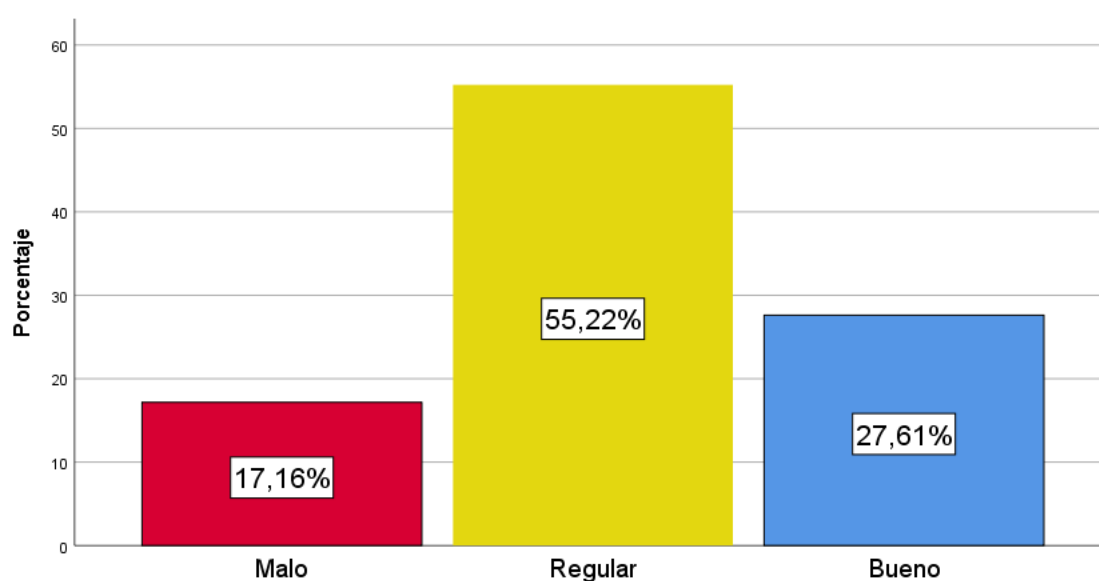


Figura 8. Dimensión calidad funcional percibida

Interpretación

En la tabla 10 y figura 8 respecto a la dimensión calidad funcional percibida se da de la siguiente manera los indican que es regular son el 55,22 %, seguido del nivel bueno con 27,61% y los indicaron que se encuentra en el nivel malo son el 17,16% de los encuestados del restaurante Don Belisario del Real Plaza del Cusco.

Tabla 11. *Calidad técnica percibida*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 60 | 15,7 | 15,7 | 15,7 |
| | Regular | 199 | 52,2 | 52,2 | 67,9 |
| | Bueno | 122 | 32,1 | 32,1 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

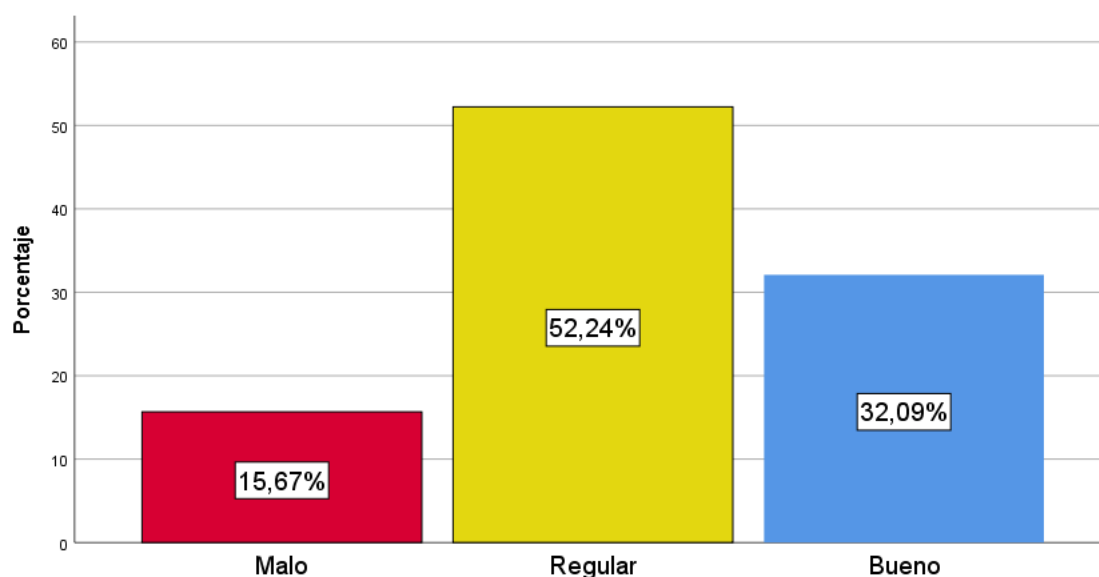


Figura 9. *Calidad técnica percibida*

Interpretación

En la tabla 11 y figura 9 respecto a la dimensión calidad técnica percibida se da de la siguiente manera los indican que es regular son el 52,24 %, seguido del nivel bueno con 32,09% y los indicaron que se encuentra en el nivel malo son el 15,67% de los encuestados del restaurante Don Belisario del Real Plaza del Cusco.

Tabla 12. Dimensión valor percibido

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 94 | 24,6 | 24,6 | 24,6 |
| | Regular | 173 | 45,5 | 45,5 | 70,1 |
| | Bueno | 114 | 29,9 | 29,9 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

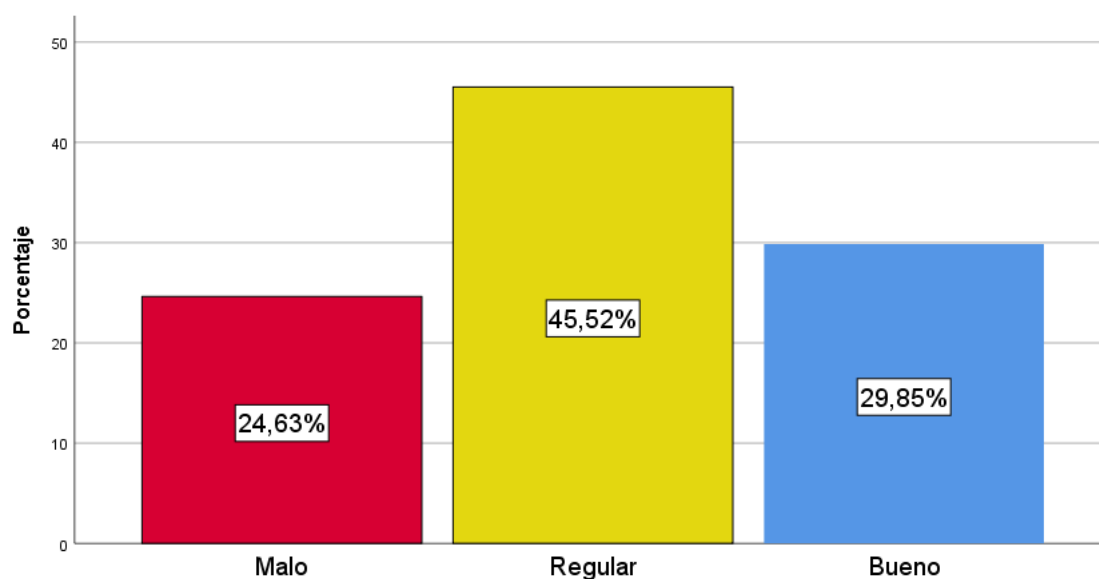


Figura 10. Dimensión valor percibido

Interpretación

En la tabla 12 y figura 10 respecto a la dimensión valor percibido se da de la siguiente manera los indican que es regular son el 45,52 %, seguido del nivel bueno con 29,85% y los indicaron que se encuentra en el nivel malo son el 24,63% de los encuestados del restaurante Don Belisario del Real Plaza del Cusco.

Tabla 13. *Dimensión confianza*

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 51 | 13,4 | 13,4 | 13,4 |
| | Regular | 199 | 52,2 | 52,2 | 65,7 |
| | Bueno | 131 | 34,3 | 34,3 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

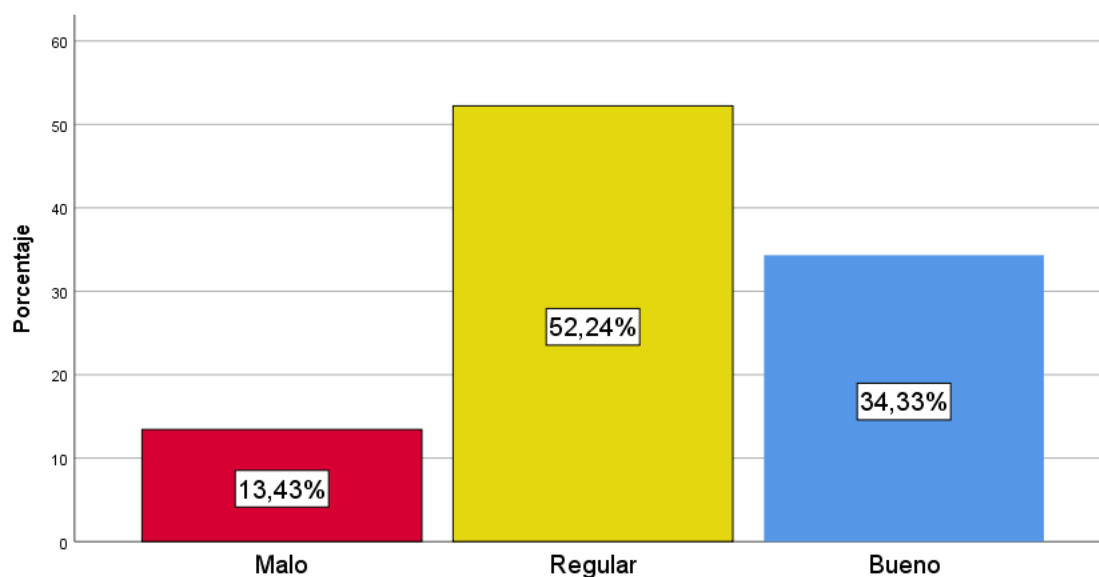


Figura 11. *Dimensión confianza*

Interpretación

En la tabla 13 y figura 11 respecto a la dimensión confianza se da de la siguiente manera los indican que es regular son el 52,24 %, seguido del nivel bueno con 34,33% y los indicaron que se encuentra en el nivel malo son el 13,43% de los encuestados del restaurante Don Belisario del Real Plaza del Cusco.

Tabla 14. Dimensión expectativa

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Malo | 80 | 20,9 | 20,9 | 20,9 |
| | Regular | 179 | 47,0 | 47,0 | 67,9 |
| | Bueno | 122 | 32,1 | 32,1 | 100,0 |
| | Total | 381 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: elaboración propia

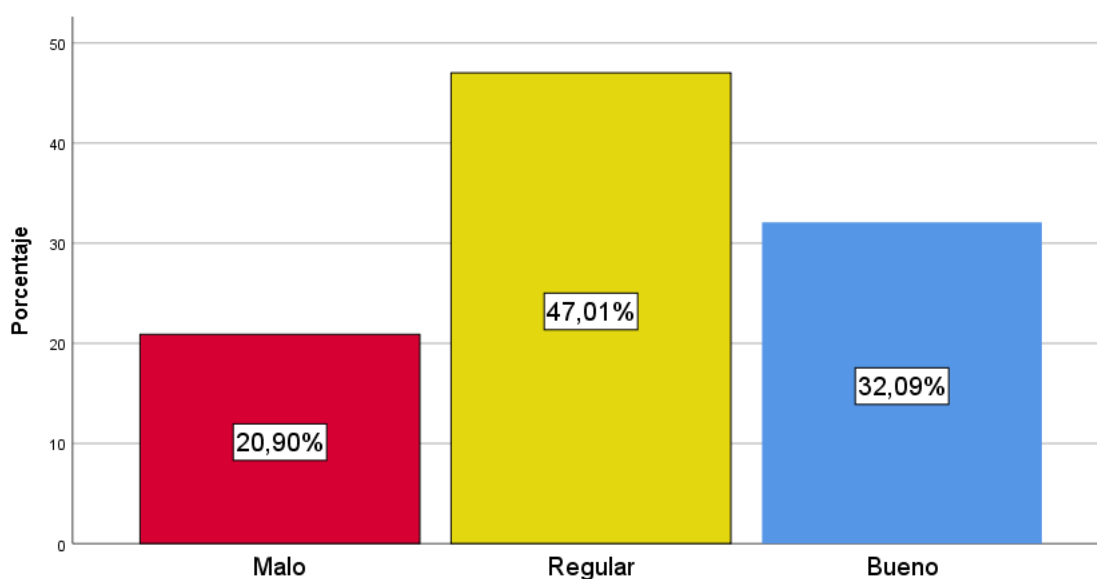


Figura 12. Dimensión expectativa

Interpretación

En la tabla 14 y figura 12 respecto a la dimensión expectativa se da de la siguiente manera los indican que es regular son el 47,01 %, seguido del nivel bueno con 32,09% y los indicaron que se encuentra en el nivel malo son el 20,90% de los encuestados del restaurante Don Belisario del Real Plaza del Cusco.

Tabla 15. *Tabla cruzada de variables de estudio*

| | | Satisfacción del comensal | | | | | | Total | |
|---------------------|---------|---------------------------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | | Malo | | Regular | | Bueno | | | |
| | | fi | % | Fi | % I | fi | % | fi | % I |
| Calidad de servicio | Malo | 19 | 14,2% | 4 | 3,0% | 0 | 0,0% | 23 | 17,2% |
| | Regular | 0 | 0,0% | 61 | 45,5% | 1 | 0,7% | 62 | 46,3% |
| | Bueno | 0 | 0,0% | 1 | 0,7% | 48 | 35,8% | 49 | 36,6% |
| Total | | 19 | 14,2% | 66 | 49,3% | 49 | 36,6% | 134 | 100,0% |

Fuente: elaboración propia

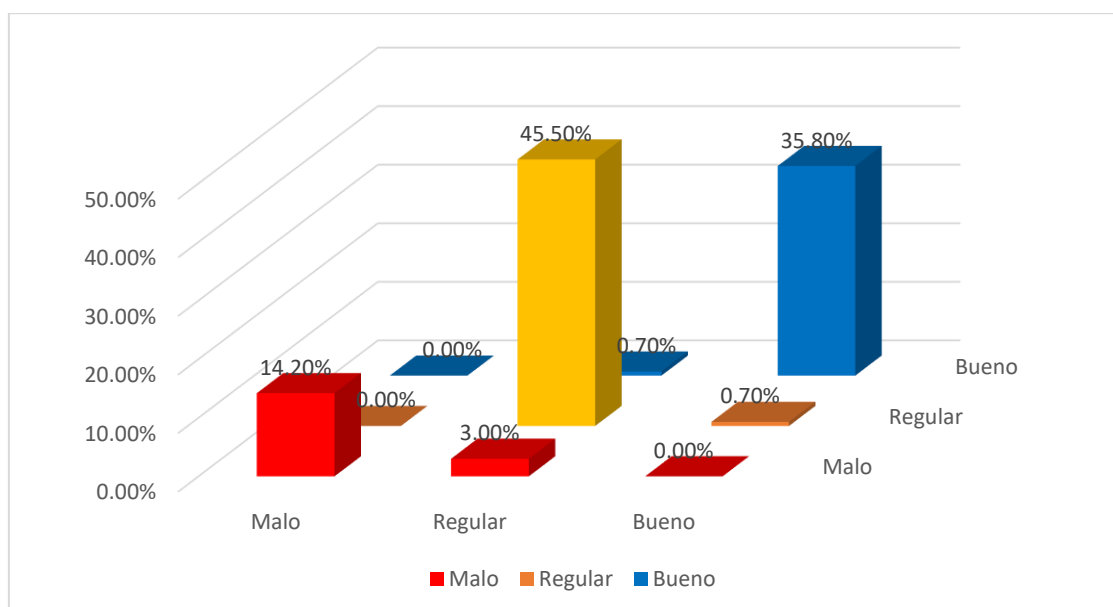


Figura 13. *Tabla cruzada de calidad de servicio y satisfacción del comensal*

Interpretación

De acuerdo a la tabla 15 y figura 13 está describiendo la relación de los porcentajes de las variables como son calidad de servicio y satisfacción del comensal en el restaurant Don Belisario del Real Plaza del Cusco, ello demuestra que el 45% de los encuestados revela que hay una correlación regular de las variables ya mencionadas, el 35% indica que existe una buena relación y los que indicaron que existe una relación es el 14% de los encuestados. La tabla cruzada está demostrando que existe correlación positiva directa las variables. Para demostrar ello se realizó con la prueba de hipótesis respectiva que más adelante se observara.

Tabla 16. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para satisfacción del cliente

| | | Variable satisfacción del cliente |
|------------------------------------|------------------|-----------------------------------|
| N | | 381 |
| Parámetros normales ^{a,b} | Media | 73,2239 |
| | Desv. Desviación | 10,16750 |
| Máximas diferencias extremas | Absoluto | ,172 |
| | Positivo | ,123 |
| | Negativo | -,172 |
| Estadístico de prueba | | ,172 |
| Sig. asintótica(bilateral) | | ,000 ^c |

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Interpretación

Para realizar la prueba de normalidad se plantearon dos hipótesis:

H₀: La variable satisfacción del comensal muestra una distribución normal.

H_a: La variable satisfacción del comensal no muestra una distribución normal.

De acuerdo a la tabla 16 la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov para la variable satisfacción del cliente del restaurant Don Belisario del Real Plaza, si el valor $p = 0,000 < \alpha 0,05$ en base a los resultados alcanzados en la tabla 16 se procede a refutar la hipótesis nula y se procede en aceptar la hipótesis del investigador. La distribución de la variable satisfacción no tiene una distribución normal, por tal motivo para realizar la prueba de hipótesis para la presente investigación es el coeficiente Rho de Spearman.

Prueba de Hipótesis General

A continuación, se procede a formular la hipótesis estadística general del estudio:

H 1: Existe una relación directa y significativa entre Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

H 0: **No** existe una relación directa y significativa entre Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

Tabla 17. *Correlación de variables*

| | | | Calidad de servicio | Satisfacción del cliente |
|--|--------------------------|----------------------------|---------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Calidad de servicio | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,966** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 381 | 381 |
| | Satisfacción del cliente | Coeficiente de correlación | ,966** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 381 | 381 |
| ** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | |

Elaboración: propia

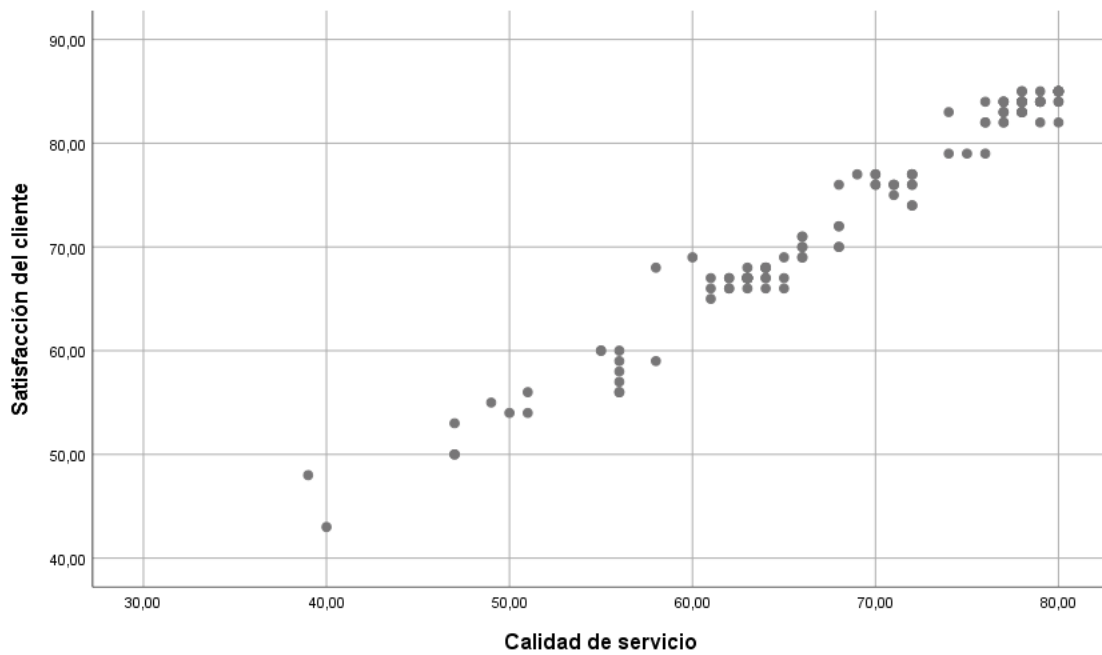


Figura 14: *Dispersión de puntos satisfacción del cliente y calidad de servicio*

Interpretación

De acuerdo a la tabla 17 y figura 14 se evidencia el valor $p = 0,000 < 0.05$ en consecuencia se rechaza **H 0** (hipótesis nula) y se acepta **H 1** (hipótesis alterna): Existe una relación directa y significativa entre Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. Al mismo tiempo se observa que existe un grado de correlación perfecta, directa y positiva (Rho de Spearman de 0.966), todo ello indica que si la calidad de servicio se mejora ostensiblemente la satisfacción del comensal en el restaurante Don Belisario del Real Plaza se incrementa.

Prueba de hipótesis específica 1

Seguidamente, se procede a formular la hipótesis estadística específica 1:

H1: Existe una relación directa y significativa entre elementos tangibles y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

H0: NO existe una relación directa y significativa entre elementos tangibles y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

Tabla 18. *Correlación de elementos tangibles y satisfacción*

| | | | Elementos tangibles | Satisfacción del cliente |
|--|--------------------------|----------------------------|---------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Elementos tangibles | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,919** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 381 | 381 |
| | Satisfacción del cliente | Coeficiente de correlación | ,919** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 381 | 381 |
| ** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | |

Fuente: elaboración propia

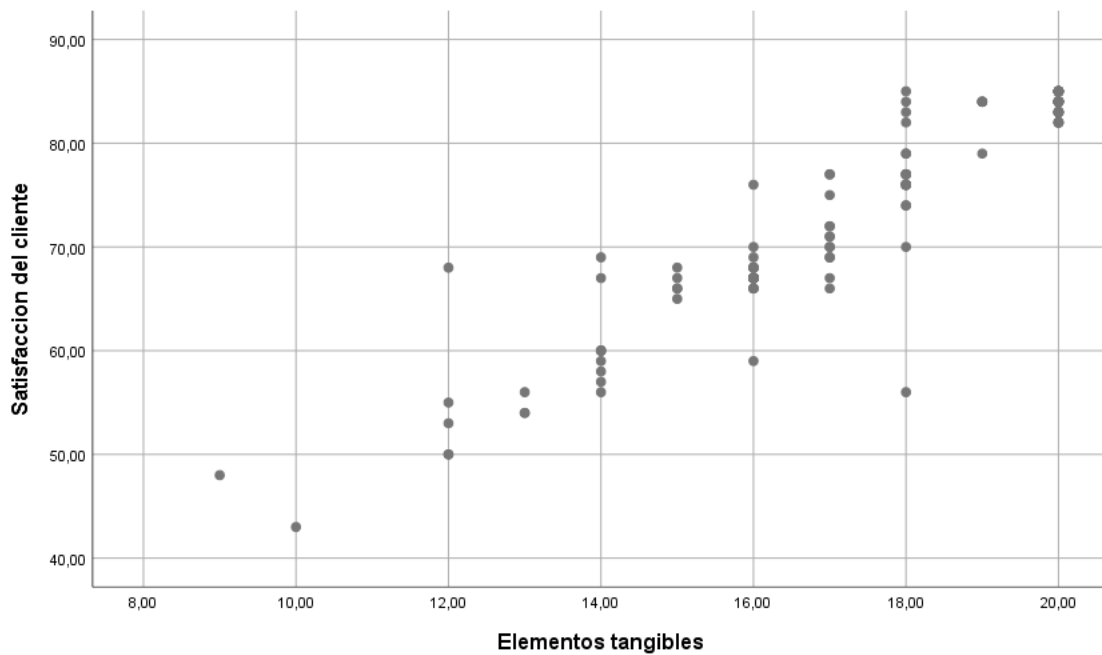


Figura 15: *Dispersión de puntos satisfacción del cliente y elementos tangibles*

Interpretación

De acuerdo a la tabla 18 y figura 15 se evidencia el valor $p = 0,000 < 0.05$ en consecuencia se rechaza **H 0** (hipótesis nula) y se acepta **H 1** (hipótesis alterna): Existe una relación directa y significativa entre elementos tangibles y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. Al mismo tiempo se observa que existe un grado de correlación perfecta, directa y positiva (Rho de Spearman de 0.919), todo ello indica que si los elementos tangibles se mejora ostensiblemente la satisfacción del comensal del restaurante Don Belisario del Real Plaza se incrementa.

Prueba de Hipótesis específica 2

Seguidamente, se procede a formular la hipótesis estadística específica 2:

H 1: Existe una relación directa y significativa entre fiabilidad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

H 0: No existe una relación directa y significativa entre fiabilidad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

Tabla 19. *Correlación dimensión fiabilidad y satisfacción*

| | | | Dimensión Fiabilidad | Satisfacción del cliente |
|--------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión Fiabilidad | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,871** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 381 | 381 |
| | Satisfacción del cliente | Coefficiente de correlación | ,871** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 381 | 381 |

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

Fuente: elaboración propia

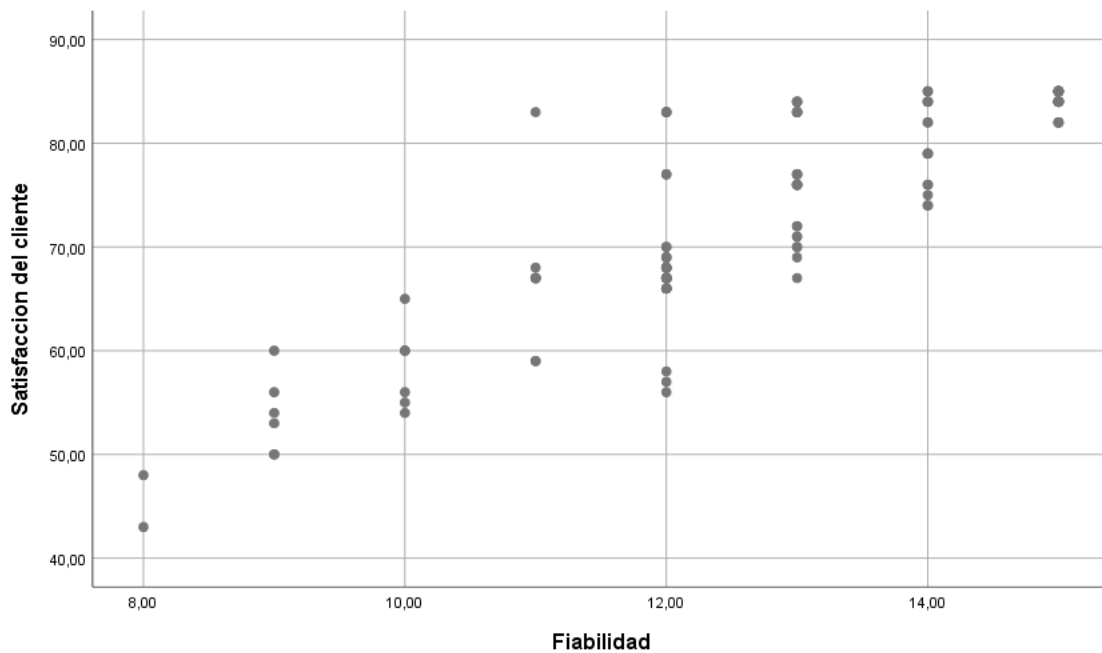


Figura 16: *Dispersión de puntos satisfacción del cliente y fiabilidad*

Interpretación

De acuerdo a la tabla 19 y figura 16 se evidencia el valor $p = 0,000 < 0.05$ en consecuencia se rechaza **H 0** (hipótesis nula) y se acepta **H 1** (hipótesis alterna): Existe una relación directa y significativa entre fiabilidad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. Al mismo tiempo se observa que existe un grado de correlación fuerte, directa y positiva (Rho de Spearman=0.871), todo ello revela que si la dimensión fiabilidad se mejora ostensiblemente la satisfacción del comensal del restaurante del Real Plaza se incrementa.

Prueba de Hipótesis específica 3

Seguidamente, se procede a formular la hipótesis estadística específica 3:

H1: Existe una relación directa y significativa entre capacidad de respuesta y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

H0: No existe una relación directa y significativa entre capacidad de respuesta y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

Tabla 20. *Correlación dimensión capacidad de respuesta y satisfacción*

| | | | Dimensión capacidad de respuesta | Satisfacción del cliente |
|-----------------|----------------------------------|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión capacidad de respuesta | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,932** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 381 | 381 |
| | Satisfacción del cliente | Coefficiente de correlación | ,932** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 381 | 381 |

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

Fuente: elaboración propia

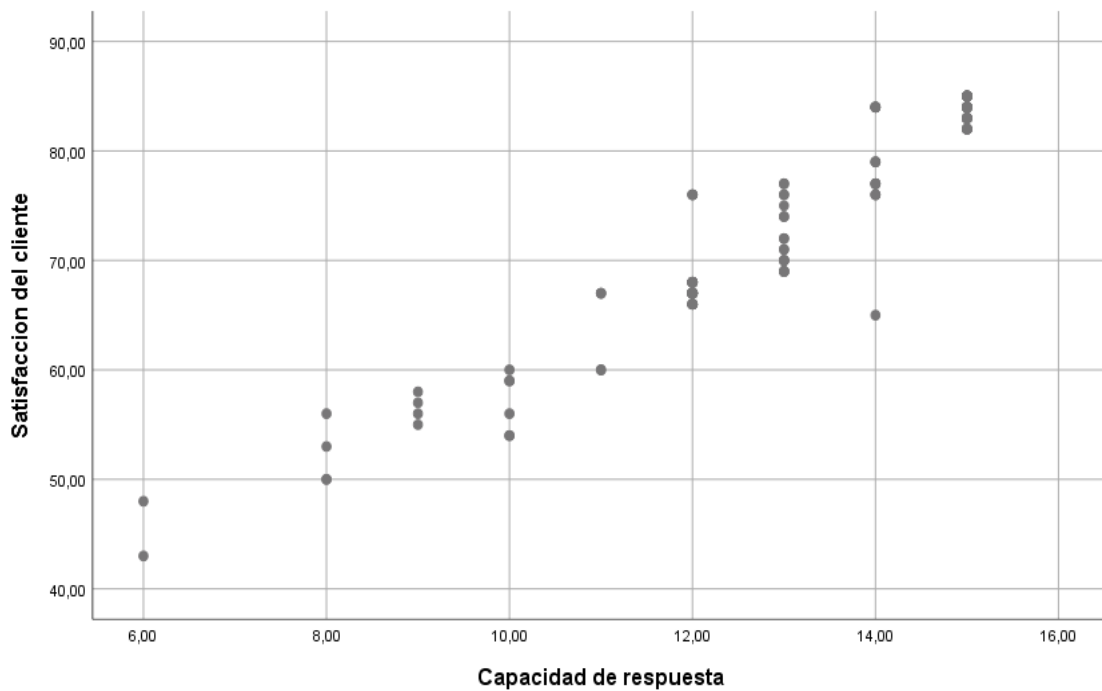


Figura 17: *Dispersión de puntos satisfacción del cliente y capacidad de respuesta*

Interpretación

De acuerdo a la tabla 20 y figura 17 se evidencia el valor $p = 0,000 < 0.05$ en tal sentido se rechaza **H 0** (hipótesis nula) y se acepta **H 1** (hipótesis alterna): Existe una relación directa y significativa entre capacidad de respuesta y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. Al mismo tiempo se observa que existe un grado de correlación perfecta, directa y positiva (Rho de Spearman=0.932), todo ello revela que si la dimensión capacidad de respuesta se mejora ostensiblemente la satisfacción del comensal del restaurante del Real Plaza Cusco se incrementa.

Prueba de Hipótesis específica 4

Seguidamente, se procede a formular la hipótesis estadística específica 4:

H 1: Existe una relación directa y significativa entre seguridad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

H 0: Existe una relación directa y significativa entre seguridad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

Tabla 21. *Correlación dimensión seguridad y satisfacción del cliente*

| | | | Dimensión seguridad | Satisfacción del cliente |
|-----------------|--------------------------|-----------------------------|---------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión seguridad | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,905** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 381 | 381 |
| | Satisfacción del cliente | Coefficiente de correlación | ,905** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 381 | 381 |

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

Fuente: elaboración propia

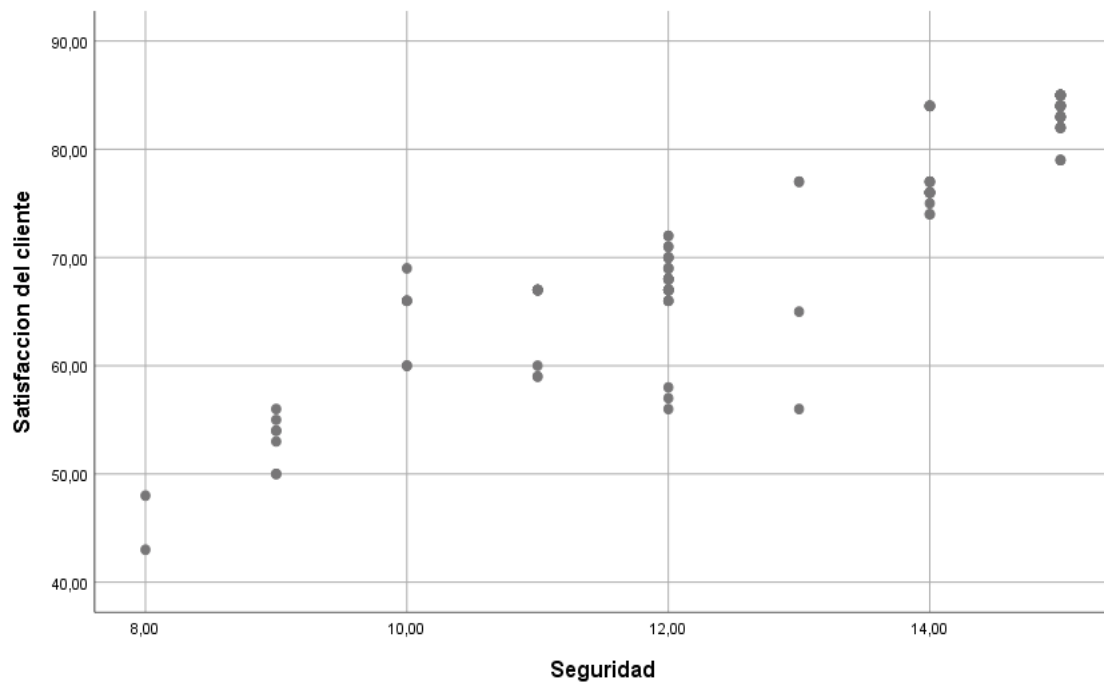


Figura 18: *Dispersión satisfacción del cliente y seguridad*

Interpretación

De acuerdo a la tabla 21 y figura 18 se evidencia el valor $p = 0,000 < 0.05$ en tal sentido se rechaza **H 0** (hipótesis nula) y se acepta **H 1** (hipótesis alterna): Existe una relación directa y significativa entre seguridad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. Al mismo tiempo se observa que existe un grado de correlación fuerte, directa y positiva (Rho de Spearman=0.905), todo ello revela si la dimensión seguridad se mejora ostensiblemente la satisfacción del cliente del restaurante del Real Plaza Cusco se incrementa.

Prueba de Hipótesis específica 5

Seguidamente, se procede a formular la hipótesis estadística específica 5:

H1: Existe una relación directa y significativa entre empatía y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

H0: No Existe una relación directa y significativa entre empatía y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.

Tabla 22. *Correlación dimensión empatía y satisfacción*

| | | | Dimensión Empatía | Satisfacción del cliente |
|--|--------------------------|----------------------------|-------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Dimensión Empatía | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,895** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 381 | 381 |
| | Satisfacción del cliente | Coeficiente de correlación | ,895** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 381 | 381 |
| ** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). | | | | |

Fuente: elaboración propia

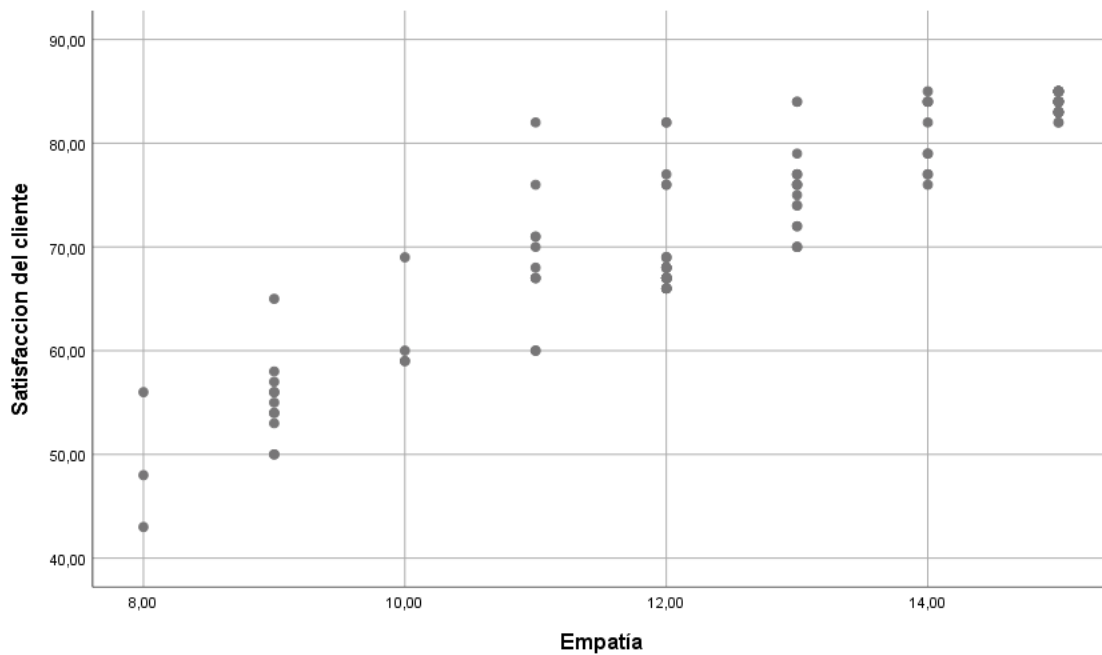


Figura 19: *Dispersión de puntos satisfacción del cliente y empatía*

Interpretación

De acuerdo a la tabla 22 y figura 19 se evidencia el valor $p = 0,000 < 0.05$ en consecuencia se rechaza H_0 (hipótesis nula) y se acepta H_1 (hipótesis alterna): Existe una relación directa y significativa entre empatía y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. Al mismo tiempo se observa que existe un grado de correlación fuerte, directa y positiva (Rho de Spearman=0.895), todo ello revela si la dimensión empatía se mejora ostensiblemente la satisfacción del comensal del restaurante del Real Plaza Cusco se incrementa.

V. DISCUSIÓN

El estudio planteo como principal hipótesis: existe una relación directa y significativa entre Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; con base en el resultado obtenido en la tabla 17 se evidencia que existe un grado de correlación perfecta, directa y positiva (Rho de Spearman=0.966), todo ello revela si la calidad de servicio se mejora ostensiblemente la satisfacción del comensal del restaurante Don Belisario del Real Plaza se incrementa, con todo ello que da demostrado la hipótesis general de estudio, datos que al ser confrontados con lo hallado por Mendoza (2021) en su trabajo “Calidad de los servicios y satisfacción de los comensales del restaurant Grill Home Chepén coincide con los hallazgos de la presente investigación al indicar que la satisfacción del comensal se halla en el nivel intermedio, para mejorar esa situación se deben realizar mejoras en los ítems de calidad de servicio. De ahí la importancia de calidad como lo menciona Ribero & Prayaq (2018) La apreciación del cliente y las evaluaciones sobre la calidad de servicios en los restaurantes dependen en gran medida del desempeño de los empleados durante la prestación de servicio. En ese mismo sentido Angelova citado por Quang et al (2018), enfatiza de la importancia de “medir la calidad de los bienes es más fácil porque se puede medir objetivamente con indicadores tales como la durabilidad y el número de defectos, pero la calidad de los servicios son ítems abstractos” Por lo general, la naturaleza abstracta de la calidad de los servicios crea dificultades para las entidades en términos de definir variables, hacer mediciones y también en concebir de qué manera los usuarios finalmente aprecian los bienes y su calidad del prestación. Rumagit (2022) calidad del servicio de una empresa tiene que ser mantenida y mejorado porque el cliente espera obtener un buen servicio incluso más de lo esperado, solo así los clientes estarán satisfechos con la empresa de servicios.

Referente a la hipótesis específica uno señala: Existe una relación directa y significativa entre elementos tangibles y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; con base al resultado hallado en la tabla 18 se evidencia que existe un grado de correlación perfecta, directa y positiva (Rho de Spearman de 0.919), todo ello indica que si los elementos tangibles se mejora visiblemente la satisfacción del comensal del

restaurante del Real Plaza se acrecienta, con todo ello que da confirmado la hipótesis general de estudio, datos que al ser confrontados con lo hallado por Morales (2021) en su trabajo “Calidad de los servicios para la satisfacción de comensales en el restaurant Marakos” a conocer los elementos tangibles se encuentran en nivel regular bajo es decir no cuenta con los equipos necesarios para agilizar los pedidos generando una insatisfacción a los clientes, datos que coinciden con lo hallado en el estudio; de ahí la importancia de renovar el equipo de cocina, de bar, el mobiliario del restaurant y otros. En tal sentido Anyionu (2021) indica que las empresas de restauración son hoy en día altamente competitivas en nuestro entorno y para sobrevivir y crecer exige que los operadores ofrezcan servicios de calidad para cumplir o inclusive descollar las expectativas del usuario.

Referente a la hipótesis específica dos señala: Existe una relación directa y significativa entre fiabilidad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022.; con base al resultado hallado en la tabla 19 se evidencia que existe un grado de correlación fuerte, directa y positiva (Rho de Spearman=0.871), todo ello indica que si la dimensión fiabilidad se incrementa visiblemente la satisfacción del cliente del restaurante del Real Plaza se acrecienta, con todo ello que da confirmado la hipótesis general de estudio, datos que al ser confrontados con lo hallado por Gonzales & Huanca (2018) en su trabajo “La calidad de los servicios y su relación con la satisfacción de los clientes del restaurante de Mariano Melgar - Arequipa” respecto a la dimensión fiabilidad su grado de correlación fue ($Rho = 0,185$) lo que indica una correlación débil a diferencia de los resultados observados en esta investigación, todo ello conduce a que los consumidores no se sintieron muy satisfechos con el servicio prestado a diferencia de los resultados obtenidos en el restaurant Don Belisario de la ciudad de Cusco ya que se encuentra en un nivel regular para lo cual se deben realizar las mejoras respectivas a la dimensión fiabilidad como por ejemplo cumplir con el tiempo ofrecido en la preparación de los platos y principalmente cumplir con lo ofertado al cliente en general.

Referente a la hipótesis específica tres señala: Existe una relación directa y significativa entre capacidad de respuesta y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; con base al resultado

hallado en la tabla 18 se evidencia que existe un grado de correlación perfecta, directa y positiva ($Rho=0.932$), todo ello revela si la dimensión capacidad de respuesta se perfecciona la satisfacción del cliente del restaurante del Real Plaza se acrecienta, con todo ello que da confirmado la hipótesis general de estudio, data al ser confrontada a lo hallado por Ávila (2021) en su estudio “Calidad de los servicios y su correlación con la satisfacción de los comensales del restaurant Ají Seco - Trujillo” da entender sobre la dimensión capacidad de respuesta tiene un grado de correlación (ρ de Spearman= 0.58), estos datos similares a los hallados en este estudio dará implícitamente como elevar el nivel de satisfacción en la organización para lo cual debe poner énfasis en cada pedido, para no originar demoras al momento de servir los platos, de esta manera evitar que los clientes se retiren del local por el prolongado tiempo de espera. En ese sentido Rumagit (2022) sobre calidad de servicio de una empresa tiene que ser mantenida y mejorado porque el cliente espera obtener un buen servicio incluso más de lo esperado, solo así los clientes estarán satisfechos con la empresa de servicios. En el mismo camino también Anu (2021) señala mejorar la calidad de los alimentos además las variedades en el menú son esencial para satisfacer al cliente.

Referente a la hipótesis específica cuatro señala: Existe una relación directa y significativa entre seguridad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; con base al resultado hallado en la tabla 21 se evidencia que existe un grado de correlación fuerte, directa y positiva ($Rho=0.905$), todo ello revela si la dimensión seguridad se incrementa adecuadamente la satisfacción del cliente del restaurante del Real Plaza se amplía, con todo ello que da confirmado la hipótesis general de estudio, datos que al ser confrontados con lo hallado por Nina (2020) en su estudio “Calidad de los servicios y su relación con la satisfacción del comensal en el restaurante chifa El Huarochirano - Lima”, respecto a la dimensión seguridad señala que es regular el 16 de los encuestados y el grado de correlación es 0,57 datos que difieren totalmente de los hallados en la presente investigación, en ese aspecto Slack (2021) han identificado que los factores que inquietan la elección de un restaurante por parte de los clientes es el valor percibido el cual no es estático y

continúan transformándose a medida que las experiencias y expectativas de los comensales en los restaurantes continúan cambiando.

Referente a la hipótesis específica cinco señala: Existe una relación directa y significativa entre empatía y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022; con base al resultado hallado en la tabla 21 se evidencia que existe un grado de correlación fuerte, directa y positiva (Rho de Spearman=0.895), todo ello revela si la dimensión empatía se incrementa ostensiblemente la satisfacción del cliente del restaurante del Real Plaza se amplía, con todo ello que da confirmado la hipótesis general de estudio, datos que al ser confrontados con lo hallado por Valverde (2019) en su trabajo “Calidad de los servicios y su correlación con la satisfacción del comensal del restaurant escuela Trujillo Señorial” respecto al punto empatía se ubicó en el estrato medio con 51% de aceptación, datos que concuerdan con lo obtenido en la presente investigación sobre empatía. Al respecto Belal (2019) revela que la calidad de servicio y de alimentos posee un resulta efectivo en la satisfacción del comensal. Tuncer (2019) el cliente percibe la calidad del servicio del personal como una expectativa básica del servicio y no asumirá el costo adicional por este criterio.

VI. CONCLUSIONES

1.- Se determino la existencia de un grado de correlación perfecta, directa y positiva de las variables Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 con un Rho de Spearman= 0,966; todo ello indica que si la calidad de servicio prestado se mejora

ostensiblemente la satisfacción del comensal del restaurante Don Belisario del Real Plaza se incrementa. Asimismo, el 46% de los encuestados señalaron que el nivel de satisfacción es regular referente a la calidad de atención del restaurante Don Belisario de la Real plaza Cusco.

2.- Quedo establecido que existe un grado de correlación perfecta, directa y positiva de la dimensión elementos tangibles y la variable Satisfacción del cliente del restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 con un Rho de Spearman= 0,919. Además, el 51% de encuestados señalaron que el nivel de satisfacción es regular con relación a la dimensión elementos tangibles al momento de atención ofertada en el restaurante Don Belisario de la Real plaza Cusco.

3.- Quedo establecido que existe un grado de correlación fuerte, directa y positiva de la dimensión fiabilidad y la variable Satisfacción del cliente del restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 con un Rho de Spearman= 0,871. Igualmente, el 61,2% de encuestados señalaron que el nivel de satisfacción es regular respecto a la dimensión fiabilidad al momento de atención ofertada en el restaurante Don Belisario de la Real plaza Cusco.

4.- Quedo determinado que existe un grado de correlación perfecta, directa y positiva de la dimensión capacidad de respuesta y la variable Satisfacción del cliente del restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 con un Rho de Spearman= 0,932. A la par, el 52,2% de los encuestados señalaron que el nivel de satisfacción es regular respecto a la dimensión capacidad de respuesta al momento de atención ofertada en el restaurante Don Belisario de la Real plaza Cusco.

5.- Quedo determinado que existe un grado de correlación fuerte, directa y positiva de la dimensión seguridad y la variable Satisfacción del cliente del restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 con un Rho de Spearman= 0,905. Igualmente, el 45,5% de los encuestados señalaron que el nivel de satisfacción es regular respecto a la dimensión seguridad al momento de atención ofertada en el restaurante Don Belisario de la Real plaza Cusco.

6.- Quedo concluido que existe un grado de correlación fuerte, directa y positiva de la dimensión empatía y la variable Satisfacción del cliente del restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 con un Rho de Spearman= 0,895. También, el 50% de los encuestados señalaron que el nivel de satisfacción es regular respecto a la dimensión empatía al momento de atención ofertada en el restaurante Don Belisario de la Real plaza Cusco.

VII. RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se recomienda al gerente del restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco tomar en cuenta la presente investigación para realizar los ajustes necesarios respecto al nivel de satisfacción y la calidad de servicio ofrecido, así mismo la relación que existe entre ambas variables para dichas mejoras a realizar.

SEGUNDA: Se sugiere la renovación y adecuación del mobiliario, instalaciones (elementos tangibles) del restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco para una adecuada atención en los tiempos actuales.

TERCERA: Se recomienda al personal del restaurante cumplir con la promesa respecto al tiempo de espera

CUARTA: Se recomienda que la capacidad de respuesta del personal del restaurante frente al servicio se de forma rápido y veloz para lo cual realizar las coordinaciones respectivas en la organización antes de empezar la atención al público.

QUINTA: Se sugiere al personal del restaurante tenga la seguridad y el dominio de la carta y brindar la información como se realizó la preparación de los alimentos ante cualquier duda del cliente.

SEXTA: Se sugiere al personal del restaurant ser empático con los clientes del restaurante, estar atentos a las necesidades específicas y otorgarles un servicio personalizado a los clientes.

REFERENCIAS

- AKHIL, A., & SURESH, M. (2021). Assessment of service quality in restaurant using multi-grade fuzzy and importance performance analysis. *Materials Today: Proceedings*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.matpr.2021.01.767>
- AVILA Yupanqui, Ricardo (2021). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente del restaurante Ají Seco de la ciudad de Trujillo, 2021*. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/27570/Avila%20Yupanqui%2c%20Ricardo%20Jhonatan.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- BELAL, Uddin (2019). Customer loyalty in the fast food restaurants of Bangladesh. . *British Food Journal*, 2791- 2808. doi:<https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2019-0140>
- BERNAL, Cesar (2010). *Metodología de la investigación*.
- Carrasco, Sergio. (2008). *Metodología de la investigación*. Lima: San Marcos.
- CAUSADO, Edwin, CHARRIS, Arturo, & GUERRERO, Edwin (2019). *Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Restaurante de Santa Marta, Colombia*. Obtenido de *Mejora Continua del Servicio al Cliente Mediante ServQual y Red de Petri en un Re* https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000200073&script=sci_arttext&lng=n
- DWAIKAT, Nidal (2019). Customer satisfaction impact on behavioral intentions: The case of pizza restaurants in Nablus City. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 709 - 728. doi:<https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1616040>
- GONZALES Carachule, Lucero & HUANCA Vilca, Elena Durby (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*. Obtenido de https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- GRÖNROOS, Christian. (1984). *A Service Quality Model and its Marketing Implications*. *European Journal of Marketing*.
- ILHAMI, t., CAGATAY, U., & CIHAN, C. (2020). Service Quality, Perceived Value and Customer Satisfaction on Behavioral Intention in Restaurants: An Integrated Structural Model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. doi:<https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1802390>
- JOUDEH, Jamal (2021). Customers' perception of service quality in Syrian restaurants operating in Jordan: the mediating effect of customer satisfaction. *Academy of Strategic Management Journal*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Jassim-Al-Gasawneh/publication/353573379_CUSTOMERS'_PERCEPTION_OF_SERVICE_QUALITY_IN_SYRIAN_RESTAURANTS_OPERATING_IN_JORDAN_THE_MEDIATING_EFFECT_OF_CUSTOMER_SATISFACTION/links/6103e4941ca20f6f86ea6b6e/CUSTOMERS-PERCEPT
- KALA, Devkant (2020). Examining the impact of food attributes and restaurant services on tourist satisfaction: Evidence from mountainous state of India. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 430–453. doi:<https://doi.org/10.1080/1528008X.2019.1672235>

- KIM, Seoyoung (2019). Experience, brand prestige, perceived value (functional, hedonic, social, and financial), and loyalty among GROCERANT customers. doi:<https://doi.org/org/10.1016/j.ijhm.2018.06.026>
- KLOTTLER, Philip., & ARMSTRONG, Gary (2018). *Marketing* (Vol. decimocuarta edición). Mexico: Pearson.
- KONUK, Faruk Anil (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 103 - 110. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.005>
- LEE, J. E.-Y. (2018). Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: Mediating effect of price discount affect. *Fashion and Textiles*,. doi:<https://doi.org/10.1186/s40691-018-0128-2>
- LÓPEZ Mosquera, Daniela Cecilia (2018). *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://201.159.223.180/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- LÓPEZ, A. (2004). *Metodología de la investigación* .
- MAISYA, K. L. (2019). Influence of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in restaurants of the Tangerang area. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*. doi:DOI 10.18551/rjoas.2019-08.15
- MARTINEZ Gálvez, Erika (2021). *La calidad en el servicio y el nivel de satisfacción del cliente*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/32249/1/1805166756%20Erika%20Lizbeth%20Mart%c3%adnez%20G%c3%a1lvez.pdf>
- MEJIAS Acosta, Agustin & MANRIQUE Chirkova, Sergey (2018). Dimensiones de la satisfacción de los clientes: Una aproximación mediante el análisis de factores. 43-47. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360433575007>
- MENDOZA Vásquez, F. P. (2021). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes del restaurante Grill Home Chepén, 2021*. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76542/Mendoza_VFP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y ISSN-e 1988-5261,
- MONGE Garcia, Marcelo, CARBAJAL Parra, Edison, LEDESMA Acosta, Ruben, & VALLE Medina, Gustavo (2019). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los restaurantes de la parroquia turística Misahualli – Napo Ecuador*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746142>
- MONROY Cesena, M. A., & URCADIZ Cazares, F. J. (2019). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782019000100006&script=sci_arttext
- MORALES Zuloeta, Maria (2021). *Calidad de servicio para la satisfacción del cliente en el restaurante Marakos- Chiclayo*. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8742/Morales%20Zuloeta%20Mar%c3%ada%20Hemelina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- NINA Calle, Elizabeth (2020). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en el restaurant chifa El Huaro chirano Lima 2020*. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/66100/Nina_CE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, Valarie; BERRY Leonard (1992). *Calidad total en la Gestion de servicios. Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. ISBN 978- 84- 7978-061-6. Editorial: DIAZ de Santos.
- QUANG, N., TAHIR, M., DAN, K., & GURU, P. (2018). Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry: The influence of the tangible attributes of perceived service quality", *British Food Journal*. *British Food Journal*, Vol. 120(No. 6), pp. 1207 - 1222. doi:<https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2017-0449>
- RAJPUT, A. &. (2020). Satisfaction and revisit intentions at fast food restaurants. . *Future Business Journal*. doi:doi:10.1186/s43093-020-00021-0
- REGALADO , Otto (2020). Restaurantes: problemas, retos y soluciones en medio de la pandemia. Obtenido de <https://gestion.pe/blog/gestiondeservicios/2020/04/restaurantes-problemas-retos-y-soluciones-en-medio-de-la-pandemia.html/?ref=gesr>
- RIBEIRO, Manuel A.lector & PRAYAG, G. (2018). Perceived quality and service experience:mediating effects of positive and negative emotions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. doi:DOI: 10.1080/19368623.2018.1517071
- SAMPIERI, HERNANDEZ; FERNANDEZ, Carlos; BAPTISTA, Pilar. (2014). *Metodologia de la investigacion*.
- Saneva, Dushica & CHORTOSEVA Sonja (2020). Service quality, customer satisfaction and customer loyalty: Testing a structural equation model. Vol. 21(No. 179), 124- 128. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Saneva-Dusica/publication/350523609_Service_Quality_Customer_Satisfaction_and_Customer_Loyalty_Testing_a_Structural_Equation_Model/links/60648271a6fdcca78be34f35/Service-Quality-Customer-Satisfaction-and-Customer-Loyal
- SLACK, Neale (2021). Influence of fast-food restaurant service quality and its dimensions on customer perceived value, satisfaction and behavioural intentions Vol. 123 No. 4. *British Food Journal*, Vol. 123(No. 4). doi:<https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2020-0771>
- TUNCER, Í. (2019). (Investigation of the relationship between service quality, corporate image, customer satisfaction and behavioral intention: Partial least squares structural equation modeling. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. doi: <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.448>
- USIL. (2020). *100 mil restaurantes cerraron en el Perú por la pandemia*. Obtenido de <https://www.usil.edu.pe/noticias/100-mil-restaurantes-cerraron-en-el-peru-la-pandemia>
- VALVERDE Valencia, Jose Victor (2019). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes del restaurante escuela Trujillo Señorial, 2019*. Obtenido de

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28287/Valverde%20Valencia%2c%20Jose%20Victor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

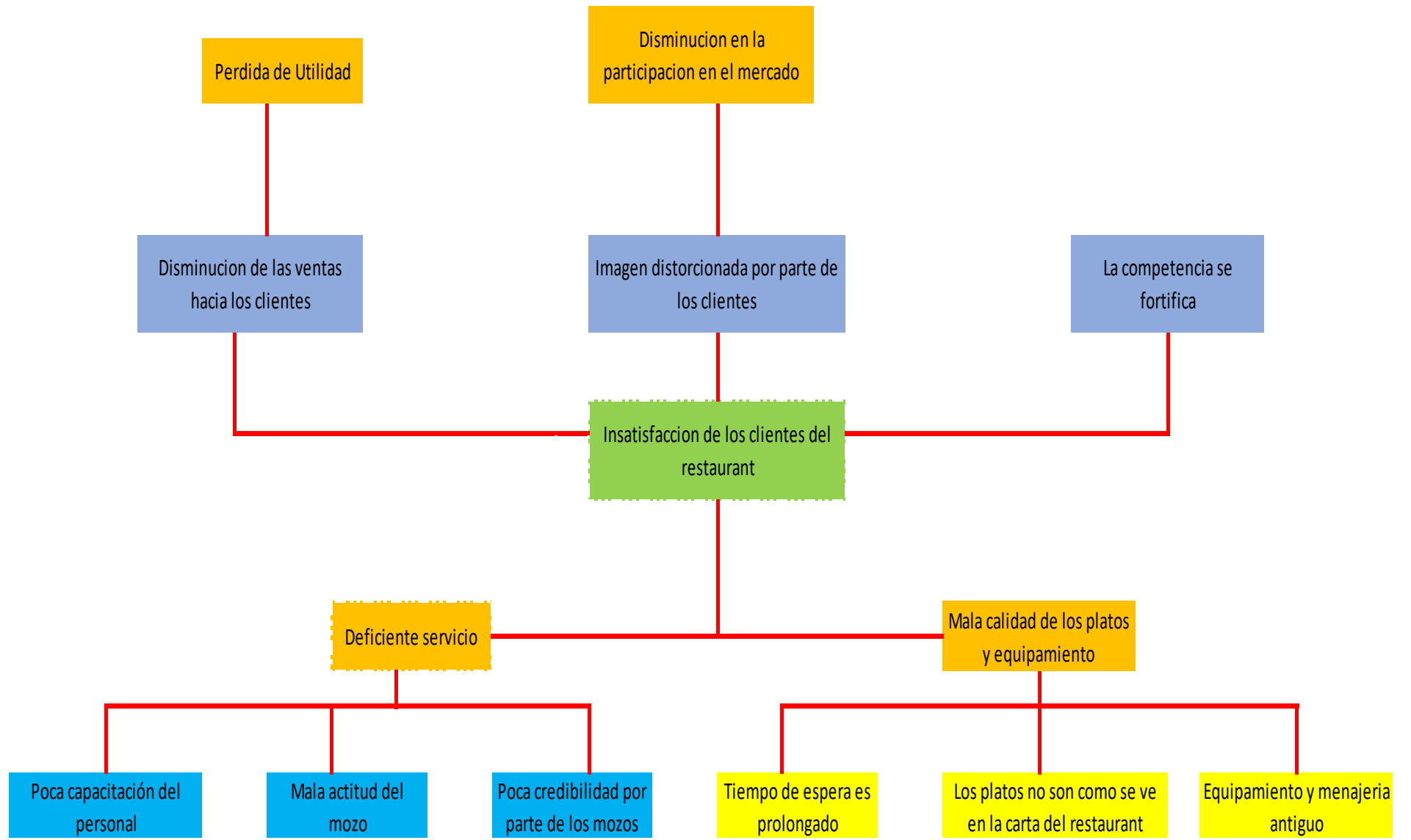
ZÁRRAGA Cano, Lucila, Molina Morejón, Victor, & Corona Sandoval, Enrique (2018). *La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera*. Obtenido de <https://recai.uaemex.mx/article/view/9268/8377>

ZÁRRAGA Cano, Lucila, MOLINA Morejón, Victor, & CORONADO Sandoval, Enrique (2018). Customer satisfaction based on service quality through staff efficiency and service efficiency: An empirical study of the restaurant industry. *RECAI*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/html/>

ZHENG, L. N., Xu, M., & THURASAMY, R. (2019). Customer loyalty in Sabah full service restaurant. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 32(No. 7), pp. 1407. doi:<https://doi.org/10.1108/APJML-07-2019-0437>

ANEXOS

Anexo 1



Anexo 2 Matriz de operacionalización de las Variables

| Variables de Estudio | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de Medición |
|--------------------------|---|---|-----------------------------|--|---|
| Calidad de Servicio | PARASURAMAN, et ál (1992) “.....discrepancia entre las expectativas de la clientela acerca de los servicios que van a ser recibidos y sus percepciones en función a los servicios justamente otorgados por la empresa” | La evaluación de la Calidad del servicio será en base a las dimensiones elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, las cuales serán encuestas de tipo Likert validados por MENDOZA, Pierina (2021) | Elementos tangibles | Apariencia de las instalaciones del local. Apariencia del personal Equipo usado Infraestructura usada Material de comunicación | Ordinal <ul style="list-style-type: none"> • Muy satisfecho (5) • Satisfecho (4) • Ni satisfecho ni insatisfecho (3) • Insatisfecho (2) • Muy insatisfecho (1) |
| | | | Fiabilidad | Cumplir promesas ofertadas Habilidad de servicio | |
| | | | Capacidad de respuesta | Disposición de ayudar Rapidez de atención Solución de quejas Solución de problemas | |
| | | | Seguridad | Credibilidad Confianza Conocimiento Atención | |
| | | | Empatía | Atención personalizada Velar por el interés del cliente | |
| Satisfacción del Cliente | Kotler & Armstrong, Gary (2018) “fase de ánimo de un sujeto producto de la comparación del rendimiento percibido de los productos o servicios con sus propias expectativas”. | La evaluación de la satisfacción del cliente será en base a las dimensiones calidad funcional, calidad técnica percibida, valor percibido y confianza, las cuales serán encuestas de tipo Likert validados por Mendoza, MEJIAS Acosta, Agustin & MANRIQUE Chirkova, Sergey (2018) | Calidad funcional percibida | Forma de presentar el servicio Servicio esperado Conocimiento de los gustos y necesidades del cliente Los trabajadores transmiten confianza | Ordinal <ul style="list-style-type: none"> • Muy satisfecho (5) • Satisfecho (4) • Ni satisfecho ni insatisfecho (3) • Insatisfecho (2) • Muy insatisfecho (1) |
| | | | Calidad técnica percibida | Característica inherente del servicio Calidad de servicio automático bueno Expectativas satisfechas | |
| | | | Valor percibido | Confianza en el local Calidad – precios atractivos Servicios prestados óptimos Preferencia por regresar al local | |
| | | | Confianza | Acudir al local sabiendo que no tendrá inconvenientes Recomendación del local Servicio innovador Preocupación por necesidades del cliente | |
| | | | Expectativa | Adaptación a las necesidades del cliente Explicación o información concisa Conocimiento del servicio dado | |

Anexo 3 Matriz de consistencia

| Titulo Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 | | | | |
|---|---|--|--|--|
| PROBLEMA GENERAL | OBJETIVO GENERAL | HIPÓTESIS GENERAL | VARIALES | METODOLOGÍA |
| ¿Cuál es la relación entre la calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022? | Analizar la relación entre la calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. | Existe una relación directa y significativa entre Calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. | Variable 1 Calidad de servicio | Tipo de investigación: Aplicada Nivel de investigación: Descriptivo -Correlacional. Enfoque de investigación: Cuantitativo. Diseño de investigación: No experimental probabilístico y corte transversal. Población: Todos los clientes del restaurante Don Belisario del Real Plaza Cusco. Muestra: Probabilística aleatoria donde todos los clientes del restaurant tienen la posibilidad de participar de la encuesta al azar. $n = \frac{Z^2 \times p \times q}{E^2}$ n= 381 clientes. Técnica de recolección de datos: Encuestas. Instrumento de recolección de datos: Cuestionario. |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | Variable 2 Satisfacción del cliente | |
| 1.- ¿Cuál es la relación que existe entre elementos tangibles y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022? 2.- ¿Cuál es la relación que existe entre fiabilidad y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022? 3.- ¿Cuál es la relación que existe entre capacidad de respuesta y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022? 4.- ¿Cuál es la relación que existe entre seguridad y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022? 5.- ¿Cuál es la relación que existe entre empatía y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022? | 1.- Identificar la relación que existe entre elementos tangibles y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. 2.- Identificar la relación que existe entre fiabilidad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. 3.- Identificar la relación que existe entre capacidad de respuesta y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. 4.- Identificar la relación que existe entre seguridad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. 5.- Identificar la relación que existe entre empatía y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. | 1.- Existe una relación directa y significativa entre elementos tangibles y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. 2.- Existe una relación directa y significativa entre fiabilidad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. 3.- Existe una relación directa y significativa entre capacidad de respuesta y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. 4.- Existe una relación directa y significativa entre seguridad y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. 5.- Existe una relación directa y significativa entre empatía y la Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022. | | |

Anexo 4

Cuestionario 1

Estimado comensal: estamos efectuando una encuesta a cerca de la calidad de servicio del restaurante Don Belisario. Las respuestas que brinde serán de mucha utilidad para lo cual le pedimos que responda con toda sinceridad.

Información general:

| | | | | |
|---------------------------|--------------------|----------------|------------------------|---------------------|
| Totalmente satisfecho = 5 | Muy satisfecho = 4 | Satisfecho = 3 | Un poco satisfecho = 2 | Nada satisfecho = 1 |
|---------------------------|--------------------|----------------|------------------------|---------------------|

| N° | Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|---|---|---|---|---|
| | Dimensión elementos tangibles | | | | | |
| 1 | El restaurante don Belisario cuenta con equipos y mobiliario de aspecto moderno | | | | | |
| 2 | Las instalaciones físicas del restaurante don Belisario son visualmente atractivos. | | | | | |
| 3 | Los trabajadores del restaurante se encuentran correctamente uniformados. | | | | | |
| 4 | La presentación de la carta de menú digital, la mensajería, la presentación de los platos son visualmente atractivos | | | | | |
| | Dimensión fiabilidad | | | | | |
| 5 | Cuando el personal de restaurant le promete sacar un plato en un tiempo determinado lo cumple | | | | | |
| 6 | Cuando usted presenta una queja el personal de restaurant muestra un interés en solucionar el impase | | | | | |
| 7 | Los mozos realizan correctamente el servicio desde que usted ingresa al local | | | | | |
| | Dimensión capacidad de respuesta | | | | | |
| 8 | El personal del restaurant le presta el servicio de forma rápida veloz | | | | | |
| 9 | El personal del restaurant estuvo dispuesto a ayudarlo en todo momento | | | | | |
| 10 | El personal del restaurant estuvo dispuesto a absolver las dudas del servicio | | | | | |
| | Dimensión seguridad | | | | | |
| 11 | El personal del restaurant transmite confianza | | | | | |
| 12 | El personal del restaurant durante el servicio fue amable | | | | | |
| 13 | El personal del restaurant posee el conocimiento necesario para responder como se han preparado los platos solicitados | | | | | |
| | Dimensión empatía | | | | | |
| 14 | El restaurant don Belisario entiende las necesidades específicas de sus clientes | | | | | |
| 15 | El personal de don Belisario le dio un servicio personalizado | | | | | |
| 16 | El restaurant don Belisario tiene horarios adecuados de atención | | | | | |

Anexo 5

Cuestionario 2

Estimado comensal: estamos efectuando una encuesta a cerca de la satisfacción del cliente del restaurante Don Belisario. Las respuestas que brinde serán de mucha utilidad para lo cual le pedimos que responda con toda sinceridad.

Información general:

| | | | | |
|---------------------------|--------------------|----------------|------------------------|---------------------|
| Totalmente satisfecho = 5 | Muy satisfecho = 4 | Satisfecho = 3 | Un poco satisfecho = 2 | Nada satisfecho = 1 |
|---------------------------|--------------------|----------------|------------------------|---------------------|

| N° | Ítems | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|
| | Dimensión calidad funcional percibida | | | | | |
| 1 | Se le proporciono el servicio que espera | | | | | |
| 2 | El personal del restaurant entiende sus necesidades e interés a cerca del servicio | | | | | |
| 3 | El servicio del restaurant don Belisario es satisfactorio a diferencia de otros restaurantes similares | | | | | |
| 4 | Se siente seguro de la limpieza pulcritud en la elaboración de los platos del restaurant don Belisario | | | | | |
| | Dimensión calidad técnica percibida | | | | | |
| 5 | Observo mejoras sustanciales en la prestación del servicio brindado | | | | | |
| 6 | Sus expectativas fueron satisfechas con el servicio brindado | | | | | |
| 7 | Los servicios digitales como la carta digital con QR son adecuados | | | | | |
| | Dimensión valor percibido | | | | | |
| 8 | Confía en la pulcritud que pone en la preparación de los platos por parte del restaurant don Belisario | | | | | |
| 9 | Los precios y la variedad de platos son atractivos en comparación con otros restaurantes similares | | | | | |
| 10 | Si otro restaurant me oferta los mismos platos prefiero retornar a don Belisario | | | | | |
| 11 | No se me ha presentado ningún problema con el servicio de la sucursal don Belisario del Real Plaza Cusco | | | | | |
| | Dimensión confianza | | | | | |
| 12 | Al concurrir al restaurant don Belisario usted tiene la seguridad de que no se presentaran inconvenientes con el servicio | | | | | |
| 13 | Podría recomendar el restaurant don Belisario del Real Plaza Cusco a otros clientes | | | | | |
| 14 | Don Belisario del Real Plaza sede Cusco es innovador y con visión de futuro | | | | | |
| | Dimensión expectativa | | | | | |
| 15 | El servicio ofertado por don Belisario sede Cusco se adapta a las necesidades de sus clientes | | | | | |
| 16 | Los trabajadores del restaurant don Belisario le proporciona una información clara y precisa de lo que oferta | | | | | |
| 17 | Los trabajadores del restaurant don Belisario sede Cusco tiene los conocimientos requeridos para el servicio ofertado | | | | | |

Base de datos

| Calidad de servicio y Satisfaccion del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022 | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Variable Calidad de servicio | | | | | | | | | | | | | | | | |
| N° | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 9 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 23 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 24 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 25 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 |
| 26 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 27 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 28 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 30 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 31 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 |
| 32 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 33 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 34 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 36 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 37 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 38 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 40 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 42 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 47 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 48 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 49 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 51 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 52 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 55 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 59 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 67 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 68 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 71 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 |
| 72 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 73 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 74 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 75 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 |
| 76 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 77 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 81 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 |
| 82 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 84 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 87 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 88 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 90 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 92 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 95 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 96 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 97 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 98 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 99 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 100 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 101 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 102 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 103 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 104 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 105 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 106 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 108 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 109 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 110 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 111 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 112 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 113 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 114 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 115 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 116 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 117 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 118 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 119 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 120 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 121 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 |
| 122 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 123 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 124 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 125 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 |
| 126 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 127 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 128 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 129 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 130 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 131 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 |
| 132 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 133 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 134 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 135 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 136 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 137 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 138 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 139 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 140 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 141 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 142 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 143 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 144 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 145 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 146 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 147 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 4 |
| 148 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 149 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 150 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 |

Calidad de servicio y Satisfaccion del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022

| N° | Variable Satisfaccion del cliente | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|-----------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 8 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 9 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 10 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 12 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 14 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 15 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 19 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 23 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 24 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 25 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 26 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 27 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 |
| 31 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 32 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 34 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 35 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 37 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 38 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 40 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 42 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 47 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 48 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 49 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 50 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 51 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 52 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 53 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 54 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 55 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 59 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 62 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 65 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 66 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 67 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 69 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 71 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 73 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 74 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 75 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 76 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 77 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| 81 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 |
| 82 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 83 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 84 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 86 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 87 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 88 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 90 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 92 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 93 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 95 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 96 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 97 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 98 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 99 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 100 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 101 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 102 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 103 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 104 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 105 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 106 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 107 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 108 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 109 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 110 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 111 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 112 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 113 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 114 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 115 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 116 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 117 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 118 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 119 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 120 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 121 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 122 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 123 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 124 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 125 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 126 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 127 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 128 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 129 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 130 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 |
| 131 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 |
| 132 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 |
| 133 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 134 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 135 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 136 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 137 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 138 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 139 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 140 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 141 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 142 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 143 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 144 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 145 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 146 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 147 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 148 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 149 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 150 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 151 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 152 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 153 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 154 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | |
| 155 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | |
| 156 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | |
| 157 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | |
| 158 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | |
| 159 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | |
| 160 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | |
| 161 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | |
| 162 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | |
| 163 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 3 | |
| 164 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | |
| 165 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 166 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | |
| 167 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 168 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 169 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | |
| 170 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | |
| 171 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 172 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | |
| 173 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 174 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | |
| 175 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 176 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 177 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 178 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 179 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | |
| 180 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | |
| 181 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | |
| 182 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 183 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | |
| 184 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | |
| 185 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 186 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 187 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 188 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 189 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 190 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| 191 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | |
| 192 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 193 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 194 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 195 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 196 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 197 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 198 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 199 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 200 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 201 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 202 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| 203 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 204 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 205 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | |
| 206 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | |
| 207 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | |
| 208 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | |
| 209 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | |
| 210 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | |
| 211 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | |
| 212 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | |
| 213 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 3 | |
| 214 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | |
| 215 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | |
| 216 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | |
| 217 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 218 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 219 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | |
| 220 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 221 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 222 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 223 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 224 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 225 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 226 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 227 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 228 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 229 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 230 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 231 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 232 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 233 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 234 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 235 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 236 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 237 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 238 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 239 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 240 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 241 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 242 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 243 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 244 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 245 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 246 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 247 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 248 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 249 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 250 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 251 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 252 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 253 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 254 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 255 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 256 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 257 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 258 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 259 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 260 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 261 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 262 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 263 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 264 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 265 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 266 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 267 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 268 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 269 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 |
| 270 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 |
| 271 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 |
| 272 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 273 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 274 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 275 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 276 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 277 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 278 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 279 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 280 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 281 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 282 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 283 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 284 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 285 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 286 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 287 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 288 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 289 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 290 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 291 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 292 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 293 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 294 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 295 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 296 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 297 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 298 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 299 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 300 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 301 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 302 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 303 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 304 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 305 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 306 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 307 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 308 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 309 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 310 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 311 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| 312 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 313 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 314 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 315 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 316 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 317 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 318 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 319 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 320 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 321 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 322 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 323 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 324 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 325 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 326 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 327 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 328 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 329 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 330 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 331 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 332 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 333 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 334 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 335 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 336 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 337 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 338 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 339 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 340 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 341 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 342 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 343 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 344 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 345 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 346 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 347 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 348 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 349 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 350 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 351 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 352 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 353 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 354 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 355 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 356 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 357 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 358 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 |
| 359 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 2 | 5 | 3 | 2 | 3 |
| 360 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 |
| 361 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 362 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 363 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 364 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 365 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 366 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 367 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 368 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 369 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 370 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 371 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 372 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 373 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 374 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 375 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 376 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 377 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 378 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 379 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 380 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 381 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |



CARTA DE AUTORIZACION

EP de Restaurantes S.A.C.: Elaboración y comercialización de productos alimenticios, con nombre comercial: **Don Belisario** con registro único de contribuyentes número **20545699550** debidamente representada por su gerente en la sede Cusco, el señor **Héctor Castillo Ponce** identificado con Documento Nacional de Identidad número **46109299** del registro de personas jurídicas de cusco. **AUTORIZA** a la solicitud presentada por **DENNIS JOHANN RECHARTE HUARANCCA** identificado con documento nacional de identidad numero **46237602** y con código de estudiante número: **7002794477** perteneciente a la universidad Cesar Vallejo, para la realización de su desarrollo del proyecto de investigación titulada **"calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022"**.

Se expide la presente autorización para los fines correspondientes

Cusco 12 de abril del 2022

EP DE RESTAURANTES S.A.C.
DON BELISARIO

Héctor Castillo Ponce
Gerente Administrador
Don Belisario - Cusco

Anexo 8



"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Callao, 26 de marzo de 2022

CARTA N°00102 -2022/UCV-CALLAO/DG

Señor
Héctor Catillo Ponce
Gerente General
Don BELISARIO
Jr. Sacsayhuamán 15, Cusco 08003
Cusco. -

Asunto: Autorizar la toma de encuestas para la ejecución del Proyecto de Investigación de Ingeniería Industrial

De mi mayor consideración:

Es muy grato dirigirme a usted, para saludarlo muy cordialmente en nombre de la Universidad César Vallejo Filial Callao y en el mío propio, desear la continuidad y éxitos en la gestión que viene desempeñando.

A su vez, la presente tiene como objetivo solicitar su autorización, a fin de que la Bach. Recharte Huaranca Dennis Johann del Programa de Titulación para universidades no licenciadas, Taller de Elaboración de Tesis de la Escuela Académica Profesional de Ingeniería Industrial, pueda ejecutar su investigación titulada: " Calidad de servicio y Satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022", en la institución que pertenece a su digna Dirección; agradeceré se le brinden las facilidades correspondientes.

Sin otro particular, me despido de Usted, no sin antes expresar los sentimientos de mi especial consideración personal.

Atentamente,



Antis Jesús Cruz Escobedo
ING. AGROINDUSTRIAL
R. CIP. N° 190778

Mg. Antis Jesús Cruz Escobedo
Coordinador del Taller de Investigación - Esc. de Ing. Industrial
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

cc: Archivo PTUN.

Anexo 9



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION

| N° | DIMENSIONES / Ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| VARIABLE I: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: elementos tangibles | | | | | | | | |
| 1 | El restaurante don Belisario cuenta con equipos y mobiliario de aspecto moderno. | X | | X | | X | | |
| 2 | Las instalaciones físicas del restaurante don Belisario son visualmente atractivos. | X | | X | | X | | |
| 3 | Los trabajadores del restaurante se encuentran correctamente uniformados. | X | | X | | X | | |
| 4 | La presentación de la carta de menú digital, la presentación de los platos es visualmente atractivos. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 2: Fiabilidad | | | | | | | | |
| 5 | Cuando el personal de restaurant le promete sacar un plato en un tiempo determinado lo cumple. | X | | X | | X | | |
| 6 | Cuando usted presenta una queja el personal de restaurant muestra un interés en solucionar el impase. | X | | X | | X | | |
| 7 | Los mozos realizan correctamente el servicio desde que usted ingresa al local. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3: capacidad de respuesta | | | | | | | | |
| 8 | El personal del restaurant le presta el servicio de forma rápida y veloz. | X | | X | | X | | |
| 9 | El personal del restaurant estuvo dispuesto a ayudarlo en todo momento. | X | | X | | X | | |
| 10 | El personal del restaurant estuvo dispuesto a absolver las dudas del servicio. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 4: seguridad | | | | | | | | |
| 11 | El personal del restaurant transmite confianza. | X | | X | | X | | |
| 12 | El personal del restaurant durante el servicio fue amable. | X | | X | | X | | |
| 13 | El personal del restaurant posee el conocimiento necesario para responder como se han preparado los platos solicitados. | X | | X | | X | | |

| DIMENSIÓN EMPATÍA | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|--|
| 14 | El restaurant don Belisario entiende las necesidades específicas de sus clientes. | X | | X | | X | | |
| 15 | El personal de don Belisario le dio un servicio personalizado. | X | | X | | X | | |
| 16 | El restaurant don Belisario tiene horarios adecuados de atención. | X | | X | | X | | |
| VARIABLE II: SATISFACCION DEL CLIENTE | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA | | | | | | | | |
| 1 | Se me proporciono el servicio que esperaba | X | | X | | X | | |
| 2 | El personal del restaurant entiende sus necesidades e interés a cerca del servicio. | X | | X | | X | | |
| 3 | El servicio del restaurant don Belisario es satisfactorio a diferencia de otros restaurantes similares. | X | | X | | X | | |
| 4 | Se siente seguro de la limpieza y pulcritud en la elaboración de los platos del restaurant don Belisario. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 2: CALIDAD TECNICA PERCIBIDA | | | | | | | | |
| 5 | Observo mejoras sustanciales en la prestación del servicio brindado. | X | | X | | X | | |
| 6 | Sus expectativas fueron satisfechas con el servicio brindado. | X | | X | | X | | |
| 7 | Los servicios digitales como la carta digital con QR son adecuados. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3: VALOR PERCIBIDO | | | | | | | | |
| 8 | Confía en la pulcritud que pone en la preparación de los platos por parte del restaurant don Belisario. | X | | X | | X | | |
| 9 | Los precios y la variedad de platos son atractivos en comparación con otros restaurantes similares. | X | | X | | X | | |
| 10 | Si otro restaurant me oferta los mismos platos prefiero retornar a don Belisario. | X | | X | | X | | |
| 11 | No se me ha presentado ningún problema con el servicio de la sucursal don Belisario del Real Plaza Cusco. | X | | X | | X | | |
| DIMENSION CONFIANZA | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|--|--|
| 1 | Al concurrir al restaurant don Belisario usted tiene la seguridad de que no se presentaran inconvenientes con el servicio. | X | | X | X | | |
| 1 | Podría recomendar el restaurant don Belisario del Real plaza Cusco a otros clientes. | X | | X | X | | |
| 1 | Don Belisario del Real Plaza sede Cusco es innovador y con visión de futuro. | X | | X | X | | |
| 4 | DIMENSION EXPECTATIVA | | | | | | |
| 1 | El servicio ofertado por don Belisario sede Cusco se adapta a las necesidades de sus clientes. | X | | X | X | | |
| 5 | Los trabajadores del restaurant don Belisario le proporciona una información clara y precisa de lo que oferta. | X | | X | X | | |
| 6 | Los trabajadores del restaurant don Belisario sede Cusco tiene los conocimientos requeridos para el servicio ofertado. | X | | X | X | | |
| 7 | | | | | | | |

Observaciones: (precisar si hay suficiencia): Si presenta suficiencia

Opinión aplicable: Aplicable: (X) Aplicable después de corregir: () No aplicable: ()

Apellidos y nombres del juez validado. Dr./Mg.: Danny Holguín Herrera

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial

Fecha: 11 de Abril del 2022

Ing. Danny Alejandro Holguín Herrera
 INGENIERO INDUSTRIAL
 Firma del ~~perito~~ informante.
 DNI:

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² **relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende, sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes.

Anexo 10



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION

| N° | DIMENSIONES / ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
| | | SI | NO | SI | NO | SI | NO | |
| VARIABLE I: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: elementos tangibles | | | | | | | | |
| 1 | El restaurante don Belisario cuenta con equipos y mobiliario de aspecto moderno. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 2 | Las instalaciones físicas del restaurante don Belisario son visualmente atractivos. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 3 | Los trabajadores del restaurante se encuentran correctamente uniformados. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 4 | La presentación de la carta de menú digital, la presentación de los platos es visualmente atractivos. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 2: Fiabilidad | | | | | | | | |
| 5 | Cuando el personal de restaurant le promete sacar un plato en un tiempo determinado lo cumple. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 6 | Cuando usted presenta una queja el personal de restaurant muestra un interés en solucionar el impase. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 7 | Los mozos realizan correctamente el servicio desde que usted ingresa al local. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 3: capacidad de respuesta | | | | | | | | |
| 8 | El personal del restaurant le presta el servicio de forma rápida y veloz. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 9 | El personal del restaurant estuvo dispuesto a ayudarlo en todo momento. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 10 | El personal del restaurant estuvo dispuesto a absolver las dudas del servicio. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 4: seguridad | | | | | | | | |
| 11 | El personal del restaurant transmite confianza. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 12 | El personal del restaurant durante el servicio fue amable. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 13 | El personal del restaurant posee el conocimiento necesario para responder como se han preparado los platos solicitados. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|--|
| DIMENSIÓN EMPATÍA | | | | | | | | |
| 14 | El restaurant don Belisario entiende las necesidades específicas de sus clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 15 | El personal de don Belisario le dio un servicio personalizado. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 16 | El restaurant don Belisario tiene horarios adecuados de atención. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| VARIABLE II: SATISFACCION DEL CLIENTE | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA | | | | | | | | |
| 17 | Se le proporciono el servicio que esperaba | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 18 | El personal del restaurant entiende sus necesidades e interés a cerca del servicio. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 19 | El servicio del restaurant don Belisario es satisfactorio a diferencia de otros restaurantes similares. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 20 | Se siente seguro de la limpieza pulcritud en la elaboración de los platos del restaurant don Belisario. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 2: CALIDAD TECNICA PERCIBIDA | | | | | | | | |
| 21 | Observo mejoras sustanciales en la prestación del servicio brindado. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 22 | Sus expectativas fueron satisfechas con el servicio brindado. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 23 | Los servicios digitales como la carta digital con QR son adecuados. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSIÓN 3: VALOR PERCIBIDO | | | | | | | | |
| 24 | Confía en la pulcritud que pone en la preparación de los platos por parte del restaurant don Belisario. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 25 | Los precios y la variedad de platos son atractivos en comparación con otros restaurantes similares. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 26 | Si otro restaurant me oferta los mismos platos prefiero retornar a don Belisario. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| 27 | No se me ha presentado ningún problema con el servicio de la sucursal don Belisario del Real Plaza Cusco. | ✓ | | ✓ | | ✓ | | |
| DIMENSION CONFIANZA | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|------------------------------|--|---|--|---|--|---|--|
| 1 | Al concurrir al restaurant don Belisario usted tiene la seguridad de que no se presentaran inconvenientes con el servicio. | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 2 | Podría recomendar el restaurant don Belisario del Real plaza Cusco a otros clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 3 | Don Belisario del Real Plaza sede Cusco es innovador y con visión de futuro. | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 1 | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | |
| DIMENSION EXPECTATIVA | | | | | | | |
| 1 | El servicio ofertado por don Belisario sede Cusco se adapta a las necesidades de sus clientes. | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 5 | Los trabajadores del restaurant don Belisario le proporciona una información clara y precisa de lo que oferta. | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 6 | Los trabajadores del restaurant don Belisario sede Cusco tiene los conocimientos requeridos para el servicio ofertado. | ✓ | | ✓ | | ✓ | |
| 1 | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | |

Observaciones: (precisar si hay suficiencia): Si presenta suficiencia

Opinión aplicable: Aplicable: { X } Aplicable después de corregir: () No aplicable: ()

Apellidos y nombres del juez validado. Dr./Mg.: Wency Flores Santa Cruz

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial

Fecha: 11 de Abril del 2022

Wency Yemira Flores S.
Firma del experto informante.
DNI: ¹⁰¹

¹ Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

² relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ Claridad: Se entiende, sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes.

Wency Yemira Flores Santa Cruz
INGENIERO INDUSTRIAL
CIP 168522

DNI: 46563673

Anexo 11



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCION

| N° | DIMENSIONES / Ítems | Pertinencia ¹ | | Relevancia ² | | Claridad ³ | | Sugerencias |
|--|---|--------------------------|--|-------------------------|--|-----------------------|--|-------------|
| VARIABLE I: CALIDAD DE SERVICIO | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: elementos tangibles | | | | | | | | |
| 1 | El restaurante don Belisario cuenta con equipos y mobiliario de aspecto moderno. | X | | X | | X | | |
| 2 | Las instalaciones físicas del restaurante don Belisario son visualmente atractivos. | X | | X | | X | | |
| 3 | Los trabajadores del restaurante se encuentran correctamente uniformados. | | | | | | | |
| 4 | La presentación de la carta de menú digital, la presentación de los platos es visualmente atractivos. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 2: Fiabilidad | | | | | | | | |
| 5 | Cuando el personal de restaurant le promete sacar un plato en un tiempo determinado lo cumple. | | | | | | | |
| 6 | Cuando usted presenta una queja el personal de restaurant muestra un interés en solucionar el impase. | | | | | | | |
| 7 | Los mozos realizan correctamente el servicio desde que usted ingresa al local. | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 3: capacidad de respuesta | | | | | | | | |
| 8 | El personal del restaurant le presta el servicio de forma rápida y eficaz. | X | | X | | X | | |
| 9 | El personal del restaurant estuvo dispuesto a ayudarlo en todo momento. | X | | X | | X | | |
| 10 | El personal del restaurant estuvo dispuesto a absolver las dudas del servicio. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 4: seguridad | | | | | | | | |
| 11 | El personal del restaurant transmite confianza. | X | | X | | X | | |
| 12 | El personal del restaurant durante el servicio fue amable. | X | | X | | X | | |
| 13 | El personal del restaurant posee el conocimiento necesario para responder como se han preparado los platos solicitados. | X | | X | | X | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|--|
| DIMENSIÓN EMPATÍA | | | | | | | | |
| 14 | El restaurant don Belisario entiende las necesidades específicas de sus clientes. | X | | X | | X | | |
| 15 | El personal de don Belisario le dio un servicio personalizado. | X | | X | | X | | |
| 16 | El restaurant don Belisario tiene horarios adecuados de atención. | X | | X | | X | | |
| VARIABLE II: SATISFACCION DEL CLIENTE | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN 1: CALIDAD FUNCIONAL PERCIBIDA | | | | | | | | |
| 17 | Se le proporciono el servicio que esperaba | X | | X | | X | | |
| 18 | El personal del restaurant entiende sus necesidades e interés a cerca del servicio. | X | | X | | X | | |
| 19 | El servicio del restaurant don Belisario es satisfactorio a diferencia de otros restaurantes similares. | X | | X | | X | | |
| 20 | Se siente seguro de la limpieza y pulcritud en la elaboración de los platos del restaurant don Belisario. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 2: CALIDAD TECNICA PERCIBIDA | | | | | | | | |
| 21 | Observo mejoras y novedades en la prestación del servicio brindado. | X | | X | | X | | |
| 22 | Sus expectativas fueron satisfechas con el servicio brindado. | X | | X | | X | | |
| 23 | Los servicios digitales como la carta digital con QR son adecuados. | X | | X | | X | | |
| DIMENSIÓN 3: VALOR PERCIBIDO | | | | | | | | |
| 24 | Confía en la pulcritud que pone en la preparación de los platos por parte del restaurant don Belisario. | X | | X | | X | | |
| 25 | Los precios y la variedad de platos son atractivos en comparación con otros restaurantes similares. | X | | X | | X | | |
| 26 | Si otro restaurant me oferta los mismos platos prefiero retornar a don Belisario. | X | | X | | X | | |
| 27 | No se me ha presentado ningún problema con el servicio de la sucursal don Belisario del Real Plaza Cusco. | X | | X | | X | | |
| DIMENSION CONFIANZA | | | | | | | | |



| | | | | | | | |
|------------------------------|--|---|--|---|--|---|--|
| 1 | Al concurrir al restaurant don Belisario usted tiene la seguridad de que no se presentaran inconvenientes con el servicio. | X | | X | | X | |
| 3 | Podría recomendar el restaurant don Belisario del Real plaza Cusco a otros clientes. | X | | X | | X | |
| 4 | Don Belisario del Real Plaza sede Cusco es innovador y con visión de futuro. | X | | X | | X | |
| DIMENSION EXPECTATIVA | | | | | | | |
| 5 | El servicio ofertado por don Belisario sede Cusco se adapta a las necesidades de sus clientes. | X | | X | | X | |
| 6 | Los trabajadores del restaurant don Belisario le proporciona una información clara y precisa de lo que oferta. | X | | X | | X | |
| 7 | Los trabajadores del restaurant don Belisario sede Cusco tiene los conocimientos requeridos para el servicio ofertado. | X | | X | | X | |

Observaciones: (precisar si hay suficiencia): _____ Si presenta suficiencia _____

Opinión aplicable: Aplicable: (X) Aplicable después de corregir: () No aplicable: ()

Apellidos y nombres del juez validado. Dr./Mg.: Jeyson Mario Alzamora Prado

Especialidad del validador: _____ Ingeniero Industrial _____

Fecha: 12 de Abril del 2022

¹ **Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

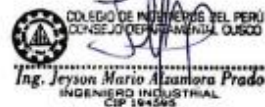
² **relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

³ **Claridad:** Se entiende, sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes.

Firma del experto informante.

DNI:



Anexo 12









UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, LINARES SANCHEZ GUILLERMO GILBERTO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el restaurant Don Belisario del Real Plaza Cusco, 2022", cuyo autor es RECHARTE HUARANCCA DENNIS JOHANN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 08 de Julio del 2022

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|---|---|
| LINARES SANCHEZ GUILLERMO GILBERTO DNI: 06814198 ORCID: 0000-0003-2810-658X | Firmado electrónicamente por: GLINARESS el 08- 07-2022 10:26:51 |

Código documento Trilce: TRI - 0328271