



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**La calidad del servicio y satisfacción del cliente en el
Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración**

AUTORES:

Infantes Briceño, Gian Franco (orcid.org/0000-0002-7117-6703)

Yarleque Torres, Bryan Steven Lee (orcid.org/0000-0002-8061-9588)

ASESOR:

Mg. Canchari Preciado, Miguel Angel (orcid.org/0000-0002-8873-8450)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

CHIMBOTE – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación está dedicado con profundo amor y gratitud a nuestros amados padres, quienes han sido los pilares fundamentales a lo largo de este emocionante camino académico. A Nuestros queridos padres y estimado profesor, queremos que sepan que este logro no habría sido posible sin su presencia constante en el camino de vida que llevamos. Su incondicional amor dado, la confianza y apoyo incondicional han sido la fuerza impulsora detrás de cada paso que hemos dado. Espero que esta tesis sea un testimonio de nuestra gratitud hacia ustedes y un reflejo de su influencia positiva en nuestra formación.

Infantes Briceño, Gian Franco,
Yarleque Torres, Bryan Steven Lee

AGRADECIMIENTO

Agradezco especialmente al asesor de tesis, el Mg. Miguel Angel Cancharí Preciado. Su apoyo incondicional y su valioso asesoramiento han sido cruciales para el desarrollo de este trabajo. Su sabiduría, paciencia y compromiso nos han guiado en cada etapa, brindándome las herramientas necesarias para alcanzar nuestras metas.

Además, también expresar nuestro profundo agradecimiento al señor Carlos Lynch, dueño del restaurante Playa Bonita. Su generosidad y apoyo han sido un factor determinante para hacer posible la realización de esta tesis. Su confianza ha sido de un valor incalculable, permitiéndonos llevar a cabo la investigación y finalización de este proyecto.

Infantes Briceño, Gian Franco,
Yarleque Torres, Bryan Steven Lee



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CANCHARI PRECIADO MIGUEL ANGEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, asesor de Tesis titulada: "La calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2023", cuyos autores son YARLEQUE TORRES BRYAN STEVEN LEE, INFANTES BRICEÑO GIAN FRANCO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, 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.

CHIMBOTE, 20 de Junio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CANCHARI PRECIADO MIGUEL ANGEL DNI: 46105455 ORCID: 0000-0002-8873-8450	Firmado electrónicamente por: MCANCHARIP el 24- 06-2023 09:48:29

Código documento Trilce: TRI - 0546048



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, INFANTES BRICEÑO GIAN FRANCO, YARLEQUE TORRES BRYAN STEVEN LEE estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CHIMBOTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "La calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2023", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
YARLEQUE TORRES BRYAN STEVEN LEE DNI: 70002845 ORCID: 0000-0002-8061-9588	Firmado electrónicamente por: BYARLEQUE el 24-06-2023 12:52:40
INFANTES BRICEÑO GIAN FRANCO DNI: 74764631 ORCID: 0000-0002-7117-6703	Firmado electrónicamente por: IBRICENOG el 22-06-2023 21:36:38

Código documento Trilce: INV - 1445774

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Variables y operacionalización	13
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	15
3.5. Procedimientos	15
3.6. Método de análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS	17
V. DISCUSIÓN	24
VI. CONCLUSIONES	27
VII. RECOMENDACIONES	29
REFERENCIAS	31
ANEXOS	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Prueba de normalidad</i>	16
Tabla 2. <i>Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023</i>	17
Tabla 3: <i>Relación entre la confiabilidad y la satisfacción del en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023</i>	18
Tabla 4. <i>Relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.</i>	19
Tabla 5. <i>Relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023</i>	20
Tabla 6. <i>Relación entre la empatía y la satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.</i>	21
Tabla 7. <i>Relación entre la tangibilidad y la satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.</i>	22

RESUMEN

La investigación se centró en determinar la conexión entre la calidad del servicio proporcionado por el restaurante Playa Bonita y la satisfacción de sus clientes en Chimbote durante el año 2023, se implementó una investigación aplicada con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal, con un alcance correlacional, la muestra de la investigación consistió en 308 participantes. La confiabilidad de los instrumentos utilizados fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, arrojando un valor superior a 0.9, lo cual indica una alta confiabilidad en los datos recopilados. Los resultados obtenidos revelaron una relación significativa y directa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Este hallazgo está respaldado por un valor de p de 0.000, indicando una significancia estadística, y un coeficiente de correlación Rho de 0.691. Este último valor sugiere una correlación positiva moderada entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, concluyendo que se puede afirmar que la mejora en la calidad del servicio ofrecido podría tener un impacto positivo en la satisfacción de sus clientes. Estos resultados proporcionan información valiosa para la gestión del restaurante con el objetivo de aumentar la satisfacción del cliente.

Palabra clave: Calidad de servicio, satisfacción, tangibilidad.

ABSTRACT

The research focused on determining the connection between the service quality provided by the Playa Bonita restaurant and customer satisfaction in Chimbote during the year 2023. An applied research approach with a quantitative focus and a non-experimental cross-sectional design with a correlational scope was implemented. The research sample consisted of 308 participants. The reliability of the instruments used was assessed through the Cronbach's Alpha coefficient, yielding a value exceeding 0.9, indicating high reliability in the collected data. The results revealed a significant and direct relationship between service quality and customer satisfaction. This finding is supported by a p-value of 0.000, indicating statistical significance, and a correlation coefficient (Rho) of 0.691. The latter value suggests a moderate positive correlation between service quality and customer satisfaction. In conclusion, it can be asserted that improving the service quality offered could have a positive impact on customer satisfaction. These findings provide valuable information for restaurant management with the goal of enhancing customer satisfaction.

Keywords: Service quality, satisfaction, tangibility.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente, en el ámbito empresarial de la industria alimentaria se caracteriza por una competencia intensa, donde solo aquellos que se esmeren en mejorar y ser innovadores en cuanto a la calidad del servicio lograrán destacar. El éxito se fundamenta en encontrar esa satisfacción y la fidelidad constante de los compradores, por lo tanto, resulta fundamental que los empresarios se esfuercen en buscar de manera constante mecanismos e indicadores que nos permitan evaluar la calidad de sus productos y prestaciones dadas. Además, es necesario que estén dispuestos a adaptarse y evolucionar para mantenerse a la vanguardia en un mercado que está en constante cambio. De esta manera, podrán asegurar una ventaja competitiva sostenible, así como el crecimiento y la viabilidad a largo plazo de su negocio.

Desde un plano internacional, la O.M.S (2020) menciona que la pandemia global ha tenido un gran impacto significativo en calidad del servicio dado a la industria de restaurantes a nivel mundial. Con el inicio de medidas de aislamiento social y cierres obligatorios, muchos restaurantes se vieron obligados a cerrar. A medida que pasaron los meses, algunos países comenzaron a reactivar el sector de restaurantes, pero tuvieron que adaptarse a nuevos modos de servicio. Algunas empresas se encontraron con desafíos al implementar estos nuevos métodos, mientras que otras ya estaban familiarizadas y simplemente aumentaron su capacidad de servicio. Además, Cifuentes (2020) refiere que la incorporación de tecnología digital para aumentar las ventas y cumplir con los protocolos de seguridad del COVID-19 representó un gran desafío para muchas empresas, ya que debían satisfacer todas las demandas dadas de nuestros consumidores y posteriormente a ello garantizar la calidad del servicio brindado. Sin embargo, algunas empresas enfrentan dificultades debido a su falta de familiaridad con esta modalidad, lo que resultó trayendo problemas en la calidad del servicio brindado. Esto resalta una gran importancia de aplicar una adecuada capacitación y adaptación para asegurar una experiencia satisfactoria y fidelizar a los clientes. Por otra parte, Morales y Abad (2020) mencionan que, en España, la concentración de los restaurantes en el servicio a domicilio como oportunidad de recuperación económica puede afectar la calidad del servicio. Al no estar

profesionalizado como otros servicios, la complejidad de cumplir con las exigencias de los consumidores puede llevar a una disminución en la condición en el alimento brindada a los comensales y el servicio dado. En síntesis, Los mercados altamente competitivos, donde los consumidores tienen una amplia gama de opciones disponibles, brindar una prestación de alta eficacia se ha transformado en un factor diferenciador clave para los negocios.

En el contexto nacional, la reactivación económica en fases dispuesta por el Gobierno peruano ha tenido gran impacto en la calidad ofrecida del servicio dado a los clientes en los restaurantes. Durante la primera fase, que comenzó a fines de mayo de 2020, los restaurantes se vieron obligados a gestionar permisos del Ministerio de Producción y registrarse en el sistema integrado de MINSA para poder operar. A pesar de un crecimiento del 250,0% en el servicio en el Perú en 2020, muchas aplicaciones de entrega colapsaron, lo que resultó en la entrega de productos o comidas en condiciones deficientes. Ante esta situación, las empresas de restaurantes tuvieron que desarrollar sus propios servicios de entrega dado que con ello lograban desarrollar, calidad y satisfacción en sus consumidores. (La cámara, 2021). La satisfacción del cliente con respecto al servicio de entrega a domicilio es subjetiva, este depende de cómo el usuario percibe el servicio recibido. Asimismo, es crucial que las empresas tengan en cuenta la perspectiva del cliente donde se centren en los aspectos tangibles e intangibles del servicio, para lograr una satisfacción auténtica y profesional. Esto requiere una evaluación cuidadosa y un enfoque que vaya más allá de una simple aproximación. En resumen, la calidad del servicio de entrega a domicilio tiene un impacto directo en la complacencia del consumidor. (Tapia y Arteaga, 2020).

La pandemia en Chimbote ha generado un aumento en el servicio de entrega a domicilio, lo cual ha impulsado a los restaurantes a adoptar este modo de servicio. Sin embargo, esta situación ha tenido consecuencias y repercusiones en dos factores: calidad y servicio. Algunos clientes hallaron satisfacción en la calidad de servicio ofrecida por ciertos restaurantes, pero muchos otros experimentaron insatisfacción debido a problemas como retrasos en la entrega, pedidos incompletos o en mal estado, falta de atención a las necesidades del cliente, personal no capacitado y falta de experiencia. Esto evidencia la falta de enfoque

en cumplir las dichas expectativas que favorecen al cliente y hallar la necesidad de mejorar la calidad dicho servicio en nuestra ciudad.

En un mercado altamente competitivo, los restaurantes deben esforzarse por ofrecer productos y servicios basados en los estándares de calidad establecidos. Lamentablemente, el restaurante Playa Bonita no cumple con estas expectativas, lo que se traduce en una experiencia insatisfactoria para los clientes. La falta de atención al cliente, la falta de amabilidad y cortesía por parte del personal, así como la falta de personalización en la experiencia del cliente, son algunos de los factores que contribuyen a esta problemática. Como consecuencia, los clientes se muestran decepcionados y poco satisfechos ante el servicio brindado por el restaurante Playa Bonita. Esta insatisfacción los lleva a buscar alternativas y a elegir otros establecimientos para satisfacer sus necesidades gastronómicas. Esto resulta en una pérdida de clientes para el restaurante y una disminución en su base de clientes leales. Para asegurar su posición como la opción principal frente a sus competidores, es esencial que el restaurante Playa Bonita entienda la relevancia de complacer a sus clientes y adopte acciones de mejora. Debe invertir en la capacitación del personal para mejorar su atención al cliente, agilizar los tiempos de espera, fomentar la cortesía y amabilidad en el trato, así como personalizar la experiencia del cliente de acuerdo con sus preferencias y necesidades. Para profundizar en el entendimiento de cómo la c.s afecta la satisfacción, se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo se relacionan la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurante Playa Bonita de Chimbote en el año 2023?

Este estudio nace por la necesidad de examinar la C.S y el nivel de S.C en el restaurante, ya que los clientes son cada vez más exigentes en cuanto a sus demandas. El propósito de esta investigación fue detectar problemas y proponer soluciones adecuadas. De igual manera, la investigación tuvo una justificación social, la realización de este estudio, se proporcionó información pertinente a los empleados con el objetivo de lograr que adquieran mayores habilidades para ofrecer un servicio de atención mejorado. Esta investigación permitió profundizar en el conocimiento del tema en cuestión. Por lo tanto, se justificó de manera práctica al proporcionar soluciones y sugerencias a la empresa para mejorar la

S.C y aumentar la C.S, con el objetivo de incrementar su reputación y ganancias. Así mismo, el trabajo tuvo una justificación metodológica, se realizó dos herramientas que podrían ser utilizadas en investigaciones futuras.

En relación con el propósito general aplicado a nuestro estudio; Determinar la relación entre la C.S y la satisfacción de nuestros clientes en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote durante el año 2023.

Respecto a los objetivos específicos planteados, se busca: Establecer el nivel de calidad del servicio ofrecido en el restaurante Playa Bonita S.A.C de Chimbote en el año 2023. Medir el grado de satisfacción de los clientes del restaurante Playa Bonita S.A.C de Chimbote en el año 2023. Determinar la relación entre la confiabilidad de los servicios brindados y la satisfacción del cliente en el restaurante Playa Bonita S.A.C de Chimbote en el año 2023. Analizar cómo la seguridad percibida por los clientes afecta su nivel de satisfacción en el restaurante Playa Bonita S.A.C de Chimbote en el año 2023. Se menciona en el estudio la relación entre la confiabilidad de los servicios proporcionados, la capacidad de respuesta del personal y la empatía mostrada por el personal con la satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote durante el año 2023.

Para el desarrollo de nuestra hipótesis general, tenemos: H1: es dado por; La calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023. H0: La calidad de servicio no influye significativamente en la satisfacción de los clientes en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Se expondrán los estudios previos examinados que respaldan el trabajo, comenzando con los antecedentes a nivel nacional, seguidos por los internacionales y finalizando con los locales.

Para comenzar, se presentan los precursores nacionales: Según Güere y Yangali (2023), el principal objetivo de su estudio científico realizado en la Caja Municipal de Sullana fue establecer la relación entre C.S. El estudio concluye que las variables tienen una correlación fuerte y significativa (con un coeficiente de Spearman $r= 0,738$), donde el principal objetivo fue conocer como la calidad y la satisfacción se relacionan. El estudio se adaptó un enfoque correlativo y construyó sobre un diseño no experimental. El investigador logró determinar el nivel de significancia que obtuvieron las variables dando a conocer que si en la Caja tienen un buen servicio con los clientes por lo tanto el nivel de satisfacción será cada vez mejor.

Adicionalmente, el estudio de Vigo y Gonzales (2020) descubrió un laboratorio de análisis clínicos en Pacasmayo. Este estudio se orientó a determinar si hay relación entre, la C.S prestada y la satisfacción del consumidor. Los métodos empleados son experimentales y tienen un propósito. Los hallazgos muestran una fuerte correlación entre la satisfacción del usuario y la eficacia de la prestación. Se descubrió que el coeficiente de correlación Rho fue (0,617), demostrando el carácter positivo de la relación. Además, se ha observado que diferentes características de los servicios, como aspectos físicos, confiabilidad, empatía, oportunidad de respuesta y seguridad, también tienen un impacto significativo en la satisfacción. El Rho para estas características varió entre 0,517 y 0,678. El autor con este estudio determinó si en el laboratorio se tiene como prioridad la atención en el servicio que se le brinda al consumidor, por ello la satisfacción sería de mayor grado.

Por su parte, Pacheco y Pinedo (2021) realizaron un estudio de los consumidores de un restaurante de parrilladas en la ciudad de Trujillo. En el trabajo se estableció qué relación hay entre las variables de estudio mencionadas, siendo este el principal objetivo. Además, su estudio se construyó con carácter cuantitativo y descriptivo sin realizar ningún tipo de experimentación. Los

hallazgos mostraron una fuerte y significativa correlación entre los factores investigados. Con un coeficiente de 0,76, el Rho de Spearman el cual dio a entender que en la investigación si existe una relación significativa. Además, se demostró un nivel de significación de 0,000.

Del mismo modo, Vilca et al. (2021) realizaron un estudio acerca de clientes del Banco de la Nación peruano. El propósito del trabajo se basó en establecer la correlación entre dichas variables. Su estudio adoptó un enfoque cuantitativo y se construyó sobre un diseño no experimental. Finalmente se da obtiene un resultado (coeficiente de correlación de Pearson = 0,597), que existe una relación directa, positiva y significativa.

Sugiarto y Octaviana (2021), demuestran los siguientes antecedentes un marco global al citar evidencia positiva en el proyecto bancario. El objetivo primordial es definir la correlación entre las dimensiones de satisfacción y calidad. El diseño del estudio empleó una variedad de metodologías. Se concluyó que, con el coeficiente de similitud de 0,652, la relación del indicador de eficacia del servicio con la satisfacción del usuario fue moderadamente positiva.

Asimismo, Zygiaris et al. (2022) investigó un estudio de clientes en la industria de mantenimiento de automóviles post pandemia en Arabia Saudita. Donde el objetivo primordial fue establecer cómo la calidad perturba la satisfacción del consumidor. Los métodos utilizados fueron descriptivamente relacionados y se utilizaron métodos cuantitativos. El estudio encontró fuertes vínculos entre cinco dimensiones relacionadas con la calidad y la satisfacción. Esta relación positiva se respaldó por un coeficiente de correlación de 0,85 y un valor de $p < 0,001$.

Por su parte, Maza et al. (2022) en su investigación con estudiantes de la universidad colombiana en Córdoba. El objetivo era determinar los efectos de las distintas dimensiones de la C.S. Se realizó un estudio cuantitativo y descriptivo. Donde se obtuvo los siguientes hallazgos: El 65,2% del conocimiento de calidad en los estudiantes, las características físicas, la capacidad de respuesta, la empatía y la confiabilidad son los culpables. Sin embargo, la seguridad no tiene ningún impacto en esta percepción. Además, el 60,2% de la satisfacción estudiantil se explica por la calidad del servicio, y un 33,6% se explican por su nivel de satisfacción.

Así mismo, Silva y Uribe (2020), realizaron una investigación alusiva a los clientes en las pymes. El objetivo del estudio fue examinar cómo la eficacia tiene relación con la satisfacción. Fue una investigación tipo explicativa. Los hallazgos demostraron que las dimensiones tuvieron una correlación efectiva con la variable satisfacción, con una relación de tangibilidad=0,633, seguridad=0,723, responsabilidad=0,633, confianza=0,659 y empatía=0,720.

Finalmente, los estudios precedentes fueron examinados en un contexto local. Cano et al. (2019) realizaron una investigación en el restaurante El Fogón de Huaraz. El objetivo fue descubrir la relación entre la eficacia y el deleite utilizando un enfoque cuantitativo y práctico en lugar de utilizar métodos experimentales. Los resultados del estudio mostraron una correlación algo efectiva con un factor de correlación de 0,648. Adicionalmente se alcanzó un valor de significancia de 0.00, indicando que se debe rechazar la hipótesis revocada y que preexiste relación entre las variables estudiadas.

Asimismo, Cordero y Nio (2021) invirtieron en la industria alimentaria de Nuevo Chimbote. El objetivo primordial fue inspeccionar la relación entre las variables satisfacción y calidad. Este estudio utilizó un enfoque de diseño transversal no experimental. Los resultados muestran que las variables se correlacionan algo positivamente, con un coeficiente Rho de Spearman de 0,507 y un horizonte de trascendencia del,000.

Rafael (2021) está estudiando la estación de servicio Montealegre en Huaraz, por otro lado. Su objetivo era conocer cómo se relacionan entre sí las variables de eficacia, satisfacción del usuario y lealtad a la marca. Trabajando con un enfoque cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental correlativo. Los hallazgos mostraron una correlación efectiva entre la eficacia de la prestación, la satisfacción y honradez del usuario. Se descubrieron coeficientes de correlación de 0,67 y 0,78, respectivamente. Adicionalmente, el valor de p obtenido fue de 0.000, indicando una relación significativa entre estas variables.

Se realizó un estudio en relación a Ascensios (2020) respecto a los Hoteles Tres Estrellas en Huaraz. El objetivo era determinar cómo la calidad afecta la satisfacción. El enfoque de investigación utilizado en este estudio fue naturalista, transversal y correlativo. Se descubrió una similitud enérgica y positiva entre la

variable independiente, con un coeficiente de correlación de 0,80. Adicionalmente, al observar que el valor de p (sig = 0,000), se comprobó que existe una relación indicadora entre estas variables, y se aceptó esta afirmación.

En la presente investigación se denotan las teorías que definen principalmente a nuestras variables de estudio, así mismo, sus dimensiones e indicadores.

Sasser y Arbeit introdujeron la idea de la calidad del servicio por primera vez en 1976. Dijeron que los empleados internos eran clientes internos y que la calidad del servicio brindado a los consumidores externos dependía de la satisfacción y la calidad de los clientes internos. Además, Xie (2005) argumenta que la satisfacción del cliente con los servicios o bienes de una organización se correlaciona con la eficacia de la prestación. Hoy, el término "calidad de servicio" se refiere a una evaluación que se hace contrastando las expectativas del cliente con el desempeño real del servicio. Como resultado, brindar a los clientes un excelente servicio aumenta su satisfacción y puede desarrollar la capacidad de los proveedores en el mercado. Según Deming (1989), cumplir con las expectativas del cliente por el servicio prestado es un componente clave de la calidad. Sin embargo, debido a que cada persona tiene expectativas únicas y diferentes puntos de vista sobre la calidad del servicio debido a una variedad de factores personales, se pueden lograr diferentes resultados en la misma situación. Por otro lado, Kotler y Keller (2012) determinaron que cuando hay interacción con el cliente, este evalúa la situación y llega a sus propias conclusiones, asignando un valor a la calidad. Según Miranda et al. (2017), la eficacia de la prestación se evalúa comparando la calidad percibida con las expectativas del usuario al obtener un bien o una prestación. Según Rita et al. (2019), la eficacia de la asistencia es un factor crítico en el éxito del comercio electrónico y se define como el conocimiento que tiene el cliente del bien o asistencia que ha adquirido. El corazón de las empresas es la eficacia del servicio, ya que contribuye a aumentar la lealtad del comprador, una ventaja competitiva y la viabilidad a largo plazo. Es por esto por lo que las interacciones que componen la ayuda de servicios son indivisibles y afectan tanto al cliente como a los proveedores de servicios. Estos servicios se pueden pensar como servicios de alta calidad,

intransferibles, que requieren de recursos materiales y cualquier herramienta que facilite a los clientes la resolución de problemas. (2018) (Clifford, J. y Karlay, J.)

Según Zeithaml et al. (1992), el grado en que un servicio compensa las necesidades del cliente define la calidad del servicio. Para evaluarla, propusieron la prueba SERVQUAL, el cual abarca cinco aspectos fundamentales: capacidad de respuesta, tangibilidad, confiabilidad, empatía y seguridad. Desde su mencionado por Zeithaml et al. (1992), el modelo SERVQUAL ha ganado importancia y se ha demostrado su validez científica y viabilidad en diversos estudios para evaluar la calidad en establecimientos hoteleros. Según Contreras et al. (2019), esta herramienta ha sido ampliamente aceptada y utilizada en una variedad de contextos, demostrando su efectividad e idoneidad para calcular la C.S en varias industrias. Como resultado, Zeithaml et al. (1992). La confianza dando así a la primera dimensión, y se refiere al esfuerzo y cuidado puesto en la prestación del servicio. La segunda dimensión, es la capacidad de respuesta, donde se refiere a la rapidez y eficacia con la que los miembros del personal abordan las preocupaciones de los clientes. La tercera dimensión, la seguridad, se refiere a generar confianza y credibilidad con el cliente. La cuarta dimensión, la empatía, se da a las acciones que una persona realiza en contestación a situaciones adversas, que típicamente están conectadas a los sentimientos. La quinta dimensión, la tangibilidad, se refiere a los aspectos físicos de los establecimientos, como la apariencia del espacio, las personas que trabajan allí y los materiales informativos.

Las definiciones conceptuales para la segunda variable parten de Kotler (1996), quien afirmó que la satisfacción del cliente se refiere a las medidas y experiencias que tiene el consumidor con un producto o servicio, y cómo se ajustan a sus expectativas. Es esencial para mantener a los clientes leales y confiables. La comprobación de progreso continua, donde el usuario debe sentirse satisfecho y ese sea una prioridad principal para las empresas que buscan mantener y hacer crecer su clientela. Por otro lado, la definición de C.S es el conocimiento del cliente sobre el desempeño, la calidad y el método de uso de un bien o servicio que ha adquirido. (2002 Sotirios et al.)

Mulally et al. (2016) señalaron que la definición de S.C puede ser pensada como el nivel de expectativa que tiene el comensal por el bien o servicio que ha adquirido (p. 68). Muchos investigadores piensan que el conocimiento sobre la calidad del servicio es un requisito previo para su satisfacción y lealtad. Sin embargo, los clientes no siempre son leales y cambiar de marca es simple. Debido a esto, la satisfacción del cliente es un conjunto de emociones que aprecia el cliente posteriormente de adquirir una prestación. Esto se conoce como la emoción "placer". Nandan L. y S. Waseso 2020

Por ello, el deleite del cliente es el efecto de una evaluación objetiva de un bien o servicio con el objetivo de comparar el valor que percibe el cliente con sus expectativas (Kamran et al., 2017; Meesala y Paul, 2018). Además, Han y Hyun (2018) revelaron que la complacencia del consumidor se refiere a una emoción agradable de satisfacción con respecto a un consumidor como cliente. Como resultado, la complacencia del cliente se mantiene como el grado de la emoción del consumo a través de una comparación de sus expectativas y el calibre de los servicios prestados (Patrisia & Engriani, 2018). Así mismo, Kotler (1996) refiere al resultado que espera un cliente después de adquirir un bien o servicio. Es el conocimiento que tiene el consumidor del desempeño de un bien adquirido. Del mismo modo, la segunda dimensión, las expectativas, se define como la confianza que tienen los clientes al adquirir un producto, o que recibirán lo que les interesa. Estas expectativas se desarrollan en base a las múltiples circunstancias que existían antes de la compra. Se han propuesto varias teorías para analizar la satisfacción del cliente. Uno de ellos es la presentación de Frederick Herzberg de 1959 de la "teoría de los dos factores". Según esta teoría, los "Factores de aseo" y los "Factores de estimulación" influyen en la conducta de los individuos en el medio profesional. Estos factores pueden conducir a la satisfacción, pero hay otros factores que también pueden conducir a la insatisfacción.

Otra teoría importante es la hipótesis del equilibrio, que sustenta la satisfacción del cliente que sólo se logra cuando hay paridad entre los resultados obtenidos y el esfuerzo, gasto y trabajo invertido. Esta teoría tiene en cuenta la relación entre lo que recibe el cliente y lo que invierte en términos de recursos y esfuerzo. (Brooks, 1995, referenciado en Rincón y Velásquez, 2016)

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Según Padrón (2006), sostiene que la indagación posee como objetivo abordar y solucionar inconvenientes prácticos y específicos. En esta tesis en particular, se trabajó una investigación de naturaleza aplicada, ya que su propósito fue encontrar soluciones para los problemas que enfrenta la empresa con el fin de mejorar su situación.

Hernández et al. (2003) indica que el enfoque cuantitativo involucra la formulación de objetivos e hipótesis, así como la evaluación de la medición de las variables al inicio y al final del estudio, con la exposición de los efectos y conclusiones. Siguiendo esta línea, el presente estudio adoptó un enfoque cuantitativo, donde se midieron y examinaron los datos recopilados.

3.1.2. Diseño de investigación

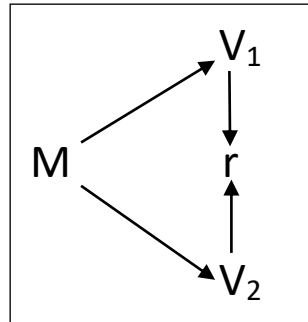
Según Hernández et al. (2014), la investigación no experimental implica observación y análisis de variables sin manipularlas. En este estudio, se utilizó un enfoque no experimental para examinar el desarrollo de ambas variables en sus contextos únicos sin realizar ningún cambio.

Según Pérez (2012), el estudio transversal implica la recopilación de datos en un momento específico, lo que permite describir ambas variables. En concordancia con esto, el estudio se ejecutó con un enfoque transversal en el que se recolectarán y analizarán datos en un período de tiempo determinado.

De acuerdo con Hernández et al. (2003), se establece que el análisis correlacional permite entender la relación entre las variables. También señalan que el estudio descriptivo implica la recopilación de información sobre un individuo o grupo. En este estudio en particular, se realizó un análisis y observación de la muestra de estudio, lo cual lo clasifica como descriptivo. Además, su naturaleza fue

correlacional ya que investigó la conexión entre las variables que están siendo estudiadas.

Diseño del estudio



Donde:

Donde:

M: Clientes del restaurante

V1: Está conformada por "C.S"

V2: Está conformada por "Satisfacción del cliente"

r: Está conformada por la relación entre variables.

3.2. Variables y operacionalización

Según Zeithaml et al. (1992), la definición conceptual de la primera variable, "calidad de prestación", es el grado en que el servicio satisface los requisitos del cliente. Propusieron la metodología SERVQUAL para evaluarlo, que abarca cinco aspectos clave: empatía, seguridad, confiabilidad, tangibilidad y capacidad de respuesta.

La aplicación de una indagación a una parte importante de la población de estudio, los clientes del Restaurante Playa Bonita S.A.C. en Chimbote es requerido por la definición operacional de la primera variable. Los componentes de la primera variable incluyen (credibilidad, capacidad de contestación, seguridad, empatía y tangibilidad). Cada dimensión se compone de varios

indicadores, como promesa, habilidades, rapidez, instalaciones físicas y más. Para medir estas dimensiones se utilizó la escala ordinal.

En cuanto a la segunda variable, la definición conceptual de la satisfacción del cliente, según Kotler (1996), se refiere al conjunto de medidas y experiencias del cliente con un producto o servicio, y cómo se ajustan a sus expectativas. Es fundamental para retener y fidelizar a los clientes.

La definición operativa de la segunda variable requiere la aplicación de un cuestionario a los usuarios del Restaurante Playa Bonita S.A.C. en Chimbote. El rendimiento percibido y las perspectivas são las dimensiones de la segunda variable. El desempeño percibido se mide utilizando indicadores como la percepción del cliente y los resultados del servicio. Por otro lado, las expectativas se evalúan a través de indicadores como las ofertas de la empresa y las opiniones de terceros. La escala utilizada para medir estas dimensiones fue de orden.

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1. Población

Según Hernández y Mendoza (2018) definen a la población de estudio un conjunto de personas que tienen ciertas características en común, así mismo, que tengan facilidad de ser aplicable la selección de muestra. La población estuvo conformada por 1544 personas que recibieron el servicio del restaurant Playa bonita de la ciudad de Chimbote en el periodo de abril y mayo del 2023

- Criterios de inclusión:

Los criterios de inclusión que serán tomados en cuenta, son los siguientes:

Hombres y mujeres que se encuentren comprando/consumiendo en el local.

Hombres y mujeres que tengan un rango de edad que parte desde 18 hasta los 60 años de edad.

- Criterios de exclusión:

Así mismo, los criterios de exclusión que se tomarán en cuenta son los siguientes:

Hombres y mujeres que no se encuentren comprando/consumiendo en el local.

Hombres y mujeres que tengan menos de 18 años y más de 60 años

3.3.2. Muestra

La muestra consiste en una elección específica de elementos extraídos de la localidad total bajo estudio, es decir, corresponde a un segmento reducido y representativo de la población total de un segmento (Hernández y Mendoza, 2018).

Es por esto que nuestra muestra fue de 308 consumidores de la empresa Restaurant Playa Bonita S.A.C en la ciudad de Chimbote.

3.3.3. Muestreo

Según Mejía (2011) la elección de un grupo de individuos con el propósito de determinar características y recopilar datos es un aspecto importante. Por lo tanto, en la investigación se emplean estrategias de muestreo aleatorio simple, donde todos los miembros de la localidad tienen el mismo destino de ser seleccionados.

3.3.4. Unidad de análisis

Así pues, se usó la unidad de análisis a los consumidores de la empresa Restaurant Playa Bonita S.A.C – Chimbote.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas

Según Hernández y Mendoza (2018) mencionan que, toda aquella técnica que busca responder las preguntas directamente relacionadas con las variables de estudio en manera de resumir su experiencia. Es así como, en el estudio se manejó la técnica de la encuesta.

Instrumento

Un instrumento responder al criterio del investigar, el cual le facilite el cumplimiento de sus objetivos de investigación; es por eso que el instrumento de la investigación fue un cuestionario (Hernández y Mendoza, 2018).

El instrumento que se trabajó para calcular la variable Calidad de servicio, será un cuestionario que está compuesto por 5 dimensiones, 19 indicadores y 20 ítems en escala de Likert 5 al 1.

Para medir la segunda variable, satisfacción del cliente se utilizó un cuestionario que comprende 2 dimensiones, 4 indicadores y 12 ítems en escala de Likert del 1 al 5.

3.5. Procedimientos

Se inició el proceso con la creación de dos herramientas que evaluaron cada aspecto del estudio. Primero, se validaron mediante la opinión de expertos y luego se procedió a determinar su confiabilidad. Se solicitó permiso a la empresa para recopilar datos o información en sus instalaciones. Los instrumentos se emplearon para encuestar a los clientes del restaurante Playa Bonita y posteriormente se analizaron utilizando el programa SPSS.

3.6. Método de análisis de datos.

Se utilizó el enfoque descriptivo para examinar el comportamiento de las variables, y como herramienta se utilizó la aplicación SPSS 25.0 Statistics. Se realizó una cuidadosa tabulación de datos como herramienta para analizar los datos recopilados. Este proceso requirió que los datos estuvieran organizados en tablas y representaciones gráficas, lo que nos permitió obtener resultados visuales. Por otro lado, el análisis inferencial nos permitió determinar la fuerza de unión entre ambas variables.

3.7. Aspectos éticos

La presente investigación ha utilizado procedimientos veraces para encontrar y transmitir la verdad. En relación con la autonomía, cada participante tuvo la libertad de decidir si deseaba formar parte del estudio. La beneficencia se evidenció claramente, ya que los resultados y descubrimientos obtenidos se utilizarían para establecer estrategias que beneficien a la comunidad. En cuanto a la no maleficencia, se protegió la privacidad de los encuestados al garantizar su anonimato durante la recopilación de datos, asegurando la confidencialidad de sus respuestas. La justicia se aplicó al tratar a todos los encuestados de manera

equitativa, evitando cualquier forma de discriminación y buscando obtener la mejor respuesta posible (UCV,2020).

IV. RESULTADOS

Tabla 1

Prueba de normalidad para la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2023.

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidaddeservicio	,299	308	,000
Confiabilidad	,342	308	,000
Capacidad de respuesta	,323	308	,000
Seguridad	,297	308	,000
Empatía	,306	308	,000
Tangibilidad	,337	308	,000
Satisfacción del cliente	,314	308	,000
Rendimiento percibido	,265	308	,000
Expectativas	,283	308	,000

Nota: Cuestionario procesado en SPSS

A la hora de determinar si desarrollar una prueba paramétrica o no paramétrica, se utiliza el experimento de Kolmogorov-Smirnov cuando el volumen del modelo es decano o igual a veinticinco. Se utiliza una prueba no paramétrica, como en nuestro caso, y se utiliza "la prueba Spearman" para comparar los resultados, cuando es menor o igual a 0,05.

Objetivo general: *Determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.*

H₁: La calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.

H₀: La calidad de servicio no influye significativamente en la satisfacción de los clientes en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.

Tabla 2

Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.

	<i>Coeficiente correlación</i>	<i>S.C</i>
	<i>R.S</i>	<i>.691**</i>
<i>Calidad de Servicio</i>	<i>p-valor</i>	<i>.001</i>
	<i>N</i>	<i>308</i>

Nota. Base de datos.

Interpretación: Podemos ver que el Rho es $R=0,690$ (correlación moderadamente positiva), y el nivel de significación es $p=0,001$, que es inferior al 5% ($p 0,05$), lo que indica que la satisfacción del cliente es significativamente mayor. En cuanto a la correlación en relación a la calidad del servicio, el gráfico muestra aceptando H₁, donde el valor calculado de 16,72 supera al 1,65 de la tabla, indicando que ambas variables están conectadas. Además, para evaluar tanto la fuerza como la direccionalidad, que ambas deben ser superiores a 0,40 como mediana, se utilizaron la *d* de Somers y la tau-b de Kendall. dando 0,452 y 0,460, respectivamente.

Objetivo específico 3: *Determinar la relación entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente.*

Tabla 3

Relación entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente.

Coeficiente de correlación		S.C
Confiabilidad.	R.S	.606**
	p-valor	.001
	N	308

Nota. Base de datos.

Interpretación: El Coeficiente de Spearman de R_o es $R=0.606$ (existe una correlación positiva moderada) y el nivel de significancia es $p=0.001$ que es menor al 5% ($p<0.05$) indicando que la satisfacción del cliente está relacionada con la confianza. Atender. Como se ve en la figura, se acepta H_1 , donde el valor calculado de 13.33 supera el valor de la tabla (1.65), indicando que las dos variables están correlacionadas. En consecuencia, tanto la fuerza como la direccionalidad deben evaluarse como superiores a 0,40 como nivel medio, utilizando valores verificados de Somers d y tau-b de Kendall de 0,435 y 0,43, respectivamente.

Objetivo específico 4: *Determinar la relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente.*

Tabla 4

Relación entre la capacidad de respuesta y la satisfacción del cliente.

	Coeficiente de correlación	S.C
Capacidad de respuesta	R.S.	.416**
	p-valor	.042
	N	308

Nota. Base de datos.

Interpretación: apreciamos que la conformidad de Rho Spearman hallada es de $R=0.416$ (existe conformidad efectiva moderada), y el paralelismo de significación es $p=0.042$, que es mínimo al cinco por ciento ($p < 0.05$), lo que significa que las dimensiones de satisfacción de los cliente y capacidad de respuesta , la figura muestra una aceptación H1, donde el valor calculado es 8,00 supera el valor de la tabla de 1,65, por lo que las dos variables están relacionadas, para evaluar la fuerza y la direccionalidad ambas deben ser superiores a 0,40 como nivel Medio , que es utilizado por d de Somers y tau -b de Kendall verificado 0.400 y 0.68 respectivamente.

Objetivo específico 5: *Determinar la relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente.*

Tabla 5

Relación entre la seguridad y la satisfacción del cliente.

	Coeficiente correlación	S.C
	R.S	.640**
Seguridad	p-valor	.005
	N	308

Nota. Base de datos.

Interpretación: En la pestaña actual. 5, el grado de conformidad de Spearman es $R=0,640$ (existe una conformidad templadamente positiva), y el nivel de significación es $p=0,042$, que es inferior a $0,05$, lo que indica que el nivel de S.C es significativamente menor. Asociado a Correlación De acuerdo a la dimensión seguridad, el diagrama muestra que se acepta H_1 , donde el valor calculado $14,57$ supera el valor de la tabla ($1,65$), indicando que ambas variables están correlacionadas. Para evaluar tanto la fuerza como la direccionalidad, el valor debe ser superior a $0,40$ como nivel medio, lo que se confirma con los somers d y tau-b de Kendall, que son respectivamente $0,435$ y $0,42$.

objetivo específico 6: *Determinar la relación entre la empatía y la satisfacción del cliente.*

Tabla 6.

Relación entre la empatía y la satisfacción del cliente.

Coeficiente de correlación		S.C
	R.S	.506**
Empatía	p-valor	.006
	N	308

Nota. Elaboración propia.

Interpretación: En la pestaña actual. 6, el grado de conformidad de Rho es $R=0,503$ (existe una conformidad moderadamente positiva), y el nivel de significación es $p=0,006$, que es inferior al 5% ($p < 0,05$), lo que demuestra que la satisfacción del cliente es significativamente menor. en relación a La figura muestra que se acepta H1, es decir que el valor calculado de 10,18 es mayor que el valor calculado de 1,65, indicando que ambas variables están relacionadas. Para evaluar tanto la fuerza como la direccionalidad, se debe utilizar como nivel de promedio un valor superior a 0,40, como lo confirman la d de Somers y la tau-b de Kendall, respectivamente.

objetivo específico 7: *Determinar la relación entre la tangibilidad y la satisfacción del cliente.*

Tabla 7

Relación entre la tangibilidad y la satisfacción del cliente.

Coeficiente de correlación		S.C
Tangibilidad	RS	.401**
	p-valor	.032
	N	308

Nota. Elaboración propia.

Interpretación: En la tabla 7 actual, el grado de consistencia Ro Spearman es $R=0.401$ (con consistencia positiva moderada) y el nivel de significación es $p=0.032$ que es menor al 5% ($p<0.05$) indicando la dimensión de satisfacción del cliente. y la empatía es muy importante. El gráfico muestra que se acepta H1. El valor calculado de 7,66 es mayor que el valor de la tabla (1,65), lo que indica que las dos variables están correlacionadas.

Para evaluar tanto la fuerza como la direccionalidad, el valor debe ser superior a 0,40 como nivel medio. En consecuencia, la D verificada de Somers y la tau-b verificada de Kendall fueron respectivamente 0,402 y 0,437.

V. DISCUSIÓN

Hoy en día, la eficacia del servicio se ha trasfigurado en un componente esencial hacia la satisfacción y fidelización de los clientes. Es crucial que las empresas se enfoquen en ofrecer un servicio excepcional, cuenten con personal capacitado, se comuniquen de manera clara, satisfagan las expectativas de los clientes y busquen constantemente mejorar en todos los aspectos. En este estudio de investigación, se establecieron metas que fueron examinadas, y se obtuvieron medidas que permitieron un análisis tanto inferencial como descriptivo de los resultados. Durante el progreso de la investigación, se encontraron dificultades al buscar artículos científicos que abordaran las mismas variables del estudio, lo que limitó la disponibilidad de información relevante. Además, se encontró escasa bibliografía actualizada que respaldara las teorías relacionadas con el tema, lo cual habría brindado una base teórica más sólida.

La aplicación del ensayo de correlación "Rho de Spearman" a los resultados de la inferencia arrojó resultados en relación con la hipótesis general. Esto muestra que existe una clara correlación moderadamente positiva, indicada por el valor de R de 0,690 y el menor nivel de significación ($p=0,001$), que es inferior al 5% ($p=0,05$). Presenta resultados de S.C que se correlacionan estrechamente con la calidad del servicio. Es así como los autores Pacheco y En su investigación de comensales en un restaurante asador en la ciudad de Trujillo, Pinedo (2021) apoya este hallazgo, señalando que los hallazgos muestran una fuerte correlación y significación en El Rho de Spearman confirmó una relación estadísticamente reveladora entre las dos variables entre los examinados. variables, con un coeficiente 0,7633 y un nivel de significancia de 0,001. En su investigación de comensales en un restaurante asador en la ciudad de Trujillo, Pinedo (2021) apoya este hallazgo, señalando que los hallazgos muestran una fuerte correlación y significación en El Rho de Spearman confirmó una correlación estadísticamente significativa entre las dos variables entre los examinados. variables, con un

coeficiente de 0,763 y un nivel de significancia de 0,000. También, dicho resultado se apoya con el resultado de Cordero y Niño (2021), realizaron una investigación en el rubro de comidas, Nuevo Chimbote. El objetivo primordial del estudio fue analizar la conexión existente entre las variables de calidad y satisfacción. Se utilizó un enfoque de diseño no experimental y transversal. Los resultados revelaron una correlación real moderada entre las variables, con un coeficiente de Spearman Rho de 0.507 y un nivel de significancia altamente significativo de 0.000. Además, Xie (2005) argumenta que la eficacia del servicio se concierne con el grado de contento que experimentan los consumidores al recibir los servicios o productos ofrecidos por una organización. En la actualidad, la disposición del servicio se comprende como la evaluación que se realiza al contrastar las perspectivas de los comensales, con el desempeño efectivo de la prestación. Entonces, los resultados mostrados en este estudio permiten comprender la importancia que tiene la relación entre la eficacia prestada por el restaurante y la satisfacción de los comensales. Estos hallazgos sobresalen la relevancia de enfocarse en mejorar la C.S, ya que se observa que a medida que se incrementa la calidad, también aumenta la satisfacción de los clientes. Esto sugiere que invertir en mejorar la C.S puede ser una estrategia efectiva para garantizar la satisfacción de los compradores. Estos resultados son estables con la idea de que la eficacia de la prestación juega un papel fundamental en la satisfacción del cliente y respaldan la importancia de ofrecer un servicio de alta calidad en el restaurante Playa Bonita. A través de la primera hipótesis los resultados exponen una correlación algo positiva ($R=0,606$, lo que indica una correlación positiva), así como un nivel de significación ($p=0,001$) inferior al 5% ($p<0,05$). Esto significa que el deleite del cliente y el nivel de confiabilidad están íntimamente relacionados. Nuevamente, este resultado es avalado por los autores Vigo y Gonzales (2020), quienes observaron en un estudio realizado en el Laboratorio Clínico Analítico de Pacasmayo que, en los resultados obtenidos, R obtuvo un valor de 0.528, lo que indica la presencia de moderada Correlación positiva, además, p obtuvo un valor de 0.000, por lo que se puede concluir que existe relación entre confiabilidad y satisfacción. Estos resultados se basan en Julcarima (2017), quien menciona que, según Dracker, la empresa se destaca por brindar un servicio confiable, preciso, integral y al minuto desde el primer

momento, manteniendo el compromiso con sus clientes. Sobre esta base, se puede demostrar que el grado de confiabilidad está de hecho relacionado con la satisfacción del usuario.

los resultados para la segunda hipótesis específicamente formulada revelaron $R=0,416$ (lo que indica una correlación moderadamente positiva), con un nivel de significación de $p=0,042$, inferior al 5% ($p<0,05$). Estos hallazgos sugieren que el gusto del consumidor está estrechamente relacionado con la dimensión de facultad de contestación. Estas conclusiones son comparables a las alcanzadas por "Zygiaris et al." en su estudio de 2022. El objetivo es determinar cómo la calidad afecta la satisfacción del consumidor. Se descubrió que rho era 0,968, lo que indica una fuerte relación positiva con un nivel de significancia de 0,001, lo que permite a los investigadores determinar si existe alguna relación entre las preferencias de las clientelas por los automóviles y su capacidad de contestación. La declaración de Zeithaml et al respalda los hallazgos de este estudio. (1992), quien definió la capacidad de respuesta como la velocidad y eficiencia con la que los empleados tratan los problemas de los clientes. Por tanto, esto indica que la dimensión contestación está conexas con el gozo del consumidor. Con el tercer supuesto específico planteado, se obtuvieron resultados de inferencia a través de una comprobación de conformidad "Rho de Spearman", donde se encontró $R = 0,640$ (mostrando una conformidad positiva modesta), con una altura de significación de $p = 0,042$, por debajo del cinco por ciento ($p<0,05$). Esto comprueba que el gusto del consumidor está estrechamente relacionado con la dimensión de seguridad. Estos resultados son corroborados por Güere y Yangali (2023), quienes en su estudio científico pretendieron identificar la conexión entre satisfacción y calidad. Los resultados mostraron que la rho fue de 0,636, lo que señala una correlación de alto nivel positivo, y también se obtuvo un valor de 0,000, lo que indica una relación entre las dimensiones de seguridad y satisfacción. Los resultados están respaldados por Zeithaml et al. (1992), puede definirse como la actitud y cortesía positiva de los empleados de una organización hacia los clientes, brindándoles confianza y tranquilidad sobre los procedimientos que se utilizan y comunicando claramente las instrucciones necesarias para el funcionamiento de los colaboradores Brindar servicios de manera efectiva. Por lo

tanto, se puede demostrar que la dimensión de la complacencia del cliente de la seguridad está relacionada con ella. La cuarta hipótesis propuesta específicamente arrojó resultados de inferencia utilizando la prueba de correlación de Rho Spearman, donde se encontró $R = 0,503$ (que indica una correlación ligeramente positiva), y se utilizó como nivel de significancia $p = 0,006$, que está por debajo del nivel del cinco por ciento ($p < 0,05$). Esto comprueba que el gusto del consumidor está significativamente relacionado con la dimensión de empatía. Estos resultados son similares a los de Silva y Uribe (2020), quienes realizaron un estudio para examinar el vínculo que tienen las dimensiones de satisfacción y calidad. Resulta que coexiste una fuerte correlación efectiva entre la empatía y la variable satisfacción, con una rho obtenida de 0,720 y un valor de p de 0,000 que nos dan una indicación de esta relación. Estos hallazgos son consistentes con la definición de empatía de Moya (2014) como la capacidad de brindar a los usuarios un cuidado personificado y atenta que se fortalece con una comunicación efectiva. Entonces, al hacerlo, es posible mostrar que la dimensión de la empatía está efectivamente conectada con la satisfacción del cliente. Con respecto a la quinta hipótesis específicamente propuesta, los resultados de la inferencia se obtuvieron mediante la prueba de correlación Rho de Spearman, que reveló $R = 0,401$ (lo que indica una correlación moderadamente positiva), $p = 0,032$ y un nivel de significancia inferior al 5% ($p < 0,05$). Esto demuestra que las preferencias de los consumidores están fuertemente correlacionadas con las dimensiones materiales. Cano et al. (2019) confirman los resultados obtenidos. El objetivo fue determinar la relación entre la satisfacción y la calidad. Los hallazgos del estudio demostraron una relación ascendente positiva con una rho de 0,7655 y un valor de significación de 0,000, lo que indica una relación entre la tangibilidad y la satisfacción. Además, según Salinas (2015), la infraestructura se describe como un sistema de equipamientos interconectados, planificados y construidos por especialistas conocedores, y utilizados como cimientos o pilares básicos para el desarrollo urbano y la organización estructural. Por lo tanto, de acuerdo con las derivaciones logradas, se afirma que la dimensión tangibilidad del servicio ofrecido por el restaurante Playa Bonita presenta una relación significativa con la satisfacción del cliente. Esta relación positiva entre tangibilidad y satisfacción del cliente sugiere que invertir en mejorar y mantener altos estándares en cuanto a la

calidad de los aspectos tangibles puede tener un impacto significativo en la experiencia del cliente y en su satisfacción general con el restaurante Playa Bonita.

VI. CONCLUSIONES

Primero: Los resultados anteriores se obtuvieron a través de pruebas estadísticas descriptivas e inferenciales, llegando a la conclusión de que se logró el objetivo general. El estudio reveló correlaciones significativas y moderadas entre las variables ($Rho = 0,690$) a un nivel de significancia (p -valor) de 0,001. Estos resultados sugieren que a medida que mejora S.C, también lo hace la satisfacción del cliente. Por lo cual pone de manifiesto hasta qué punto ofrecer un servicio de alta calidad garantiza la satisfacción y fidelidad del cliente.

Segundo: De acuerdo con el tercer objetivo específico determinado, se realiza un análisis estadístico inferencial para extraer las conclusiones pertinentes. En conclusión, existe una relación moderadamente positiva entre S.C y la C.R del restaurante Playa Bonita. Estos resultados están respaldados por un valor Spearman Rho de 0,416 y un nivel de significación (p) de 0,042, que está por debajo del nivel de confianza del 5%. Estos hallazgos sugieren que la capacidad del restaurante para servir y complacer a los clientes de manera conveniente y eficiente, es decir, su capacidad de respuesta juega un papel fundamental en la experiencia general de satisfacción del cliente.

Tercero: en relación con el cuarto objetivo específico, lo cual se obtuvo a través de realizar una prueba estadística inferencial, las consecuencias de este estudio revelan que existe una relación moderada y positiva entre la satisfacción del cliente y la dimensión de confiabilidad. El coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0.606 respalda esta afirmación. Además, el nivel de significancia obtenido ($p = 0.001$) indica que esta

relación es estadísticamente significativa, lo que significa que la confiabilidad del servicio tiene un impacto indicador en la satisfacción del cliente. Estos hallazgos resaltan la importancia de mantener altos estándares de confiabilidad en el restaurante para garantizar la satisfacción y fidelidad de los clientes.

Cuarto: en relación con el quinto objetivo específico, lo cual se obtuvo a través de realizar una prueba estadística inferencial, Los resultados revelan una relación positiva moderada entre el deleite del cliente y la seguridad en el restaurante Playa Bonita. La percepción de seguridad influye significativo en la satisfacción de los clientes, respaldado por un valor p estadísticamente significativo ($p < 0.05$). Estos hallazgos subrayan la importancia de ofrecer un entorno seguro y confiable para garantizar el gozo general de los clientes.

Quinto: en relación con el sexto objetivo específico, lo cual se obtuvo a través de realizar una prueba estadística inferencial, los resultados revelan una relación moderada y positiva entre la satisfacción del cliente y la dimensión de empatía en el restaurante analizado. La significancia estadística respaldada por un nivel de $p < 0.05$ indica que esta relación no se debe al azar. Esto sugiere que la capacidad del restaurante para demostrar empatía hacia sus clientes tiene un impacto revelador en su nivel de satisfacción, resaltando la importancia de la atención y el trato personalizado en la experiencia global del cliente.

Sexto: En cuanto al séptimo objetivo obtenido de la contrastación estadística de las conclusiones, los resultados muestran una relación significativa y moderadamente positiva entre la satisfacción del cliente y las dimensiones tangibles en los restaurantes de Playa Bonita. Un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0,401 respalda este hallazgo, lo que indica una relación positiva entre las dos variables. Además, el nivel de trascendencia es $p = 0,032$ confirma que esta relación no es aleatoria y sugiere que las dimensiones tangibles tienen un gran impacto en la satisfacción del cliente. Estos resultados muestran

la importancia de mantener altos estándares en la presentación física y tangible de los servicios para garantizar la satisfacción del cliente.

VII. RECOMENDACIONES

Primero. Se recomienda al gerente general capacitar al personal en habilidades amables y eficientes, establezca estándares claros, fomente la retroalimentación de los clientes y considere innovar en el menú para satisfacer sus preferencias. Esto generará una experiencia positiva, aumentará la lealtad y atraerá nuevos clientes mediante recomendaciones.

Segundo. Se recomienda al gerente general que establezca canales de comunicación interna bien definidos, adopte tecnología, solicite retroalimentación constante de los clientes y fije metas con seguimiento periódico. Estas medidas contribuirán a mejorar la satisfacción del cliente y aumentar la visibilidad de la empresa.

Tercero: Se recomienda, al gerente general asegurarse de instruir al equipo en conocimientos y destrezas para ofrecer un servicio confiable. Asimismo, es importante establecer una cadena de suministro de confianza y fomentar una comunicación abierta con los clientes. Recopilar opiniones de manera periódica y mantener las instalaciones en óptimas condiciones de limpieza y mantenimiento son acciones que fortalecerán la satisfacción de los clientes y generarán confianza en el negocio.

Cuarto: Se recomienda al gerente general ponga énfasis en la seguridad con el fin de mejorar la satisfacción de los clientes. Algunas recomendaciones son: proporcionar capacitación en seguridad alimentaria y en situaciones de emergencia, ser transparente en relación a las medidas de seguridad implementadas, mejorar la infraestructura mediante la instalación de sistemas de vigilancia y adoptar medidas adicionales, así

como recopilar de manera regular los comentarios de los clientes para identificar áreas de mejora. Estas acciones pueden contribuir a fortalecer la confianza de los clientes y asegurar su satisfacción.

Quinto: Se recomienda, al gerente general fortalecer y promover la empatía en su establecimiento. Se sugiere capacitar al personal en empatía, fomentar la comunicación efectiva, personalizar el servicio, proporcionar herramientas para resolver problemas y recopilar continuamente el feedback de los clientes. Esto ayudará a mejorar el estilo de los clientes y aumentar su satisfacción.

Sexto: Se recomienda, al gerente general alcanzar la mejora, en la tangibilidad para brindar una experiencia excepcional. Para lograrlo, es recomendable realizar evaluaciones del ambiente, prestar atención a la presentación de los platos y mantener los muebles en buen estado. Además, es importante recopilar opiniones de los clientes y capacitar al personal en la importancia de la tangibilidad. Ser abierto a la innovación y mantenerse actualizado también ayudará a emocionar a los clientes.

REFERENCIAS

- Ascencios, C. (2020). *Calidad del servicio y satisfacción de los clientes en los hoteles tres estrellas de la ciudad de Huaraz, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Santiago Antunez de Mayolo]. http://repositorio.unasam.edu.pe/bitstream/handle/UNASAM/4291/T033_31655242_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cano, B., Lopez, E., Valdez, S. y Villareal, N. (2019). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción al cliente del restaurante el Fogón, Huaraz-2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/59259/B_Cano_AB-Lopez_GEM-Valdez_LSS-Villarreal_GNE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Clifford, J. y Karlay, J. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction. *Case study: Liberia Revenue Authority*. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1246475/FULLTEXT01.pdf>
- Cifuentes, J. (2020). Crisis del coronavirus: impacto y medidas económicas en Europa y en el mundo. *Revista brasileira de Geografia Económica*. 9(18). <https://doi.org/10.4000/espacoeconomia.12874>.
- Contreras, F., Alarcón Henríquez, N. y Pedraja Rejas, L. (2019). Medición de calidad de servicio mediante el modelo SERV-QUAL: el caso del Juzgado de Garantía de la ciudad de Puerto Montt-Chile. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(4), 668-681. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052019000400668>
- Cordero, A. y Nino, A. (2021). *Calidad de servicio de delivery y satisfacción de los clientes en el rubro de comidas de Nuevo Chimbote, 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77601/Cordero_AAG-Ni%c3%b1o_AAB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Güere, C., y Yangali, J. (2023). Calidad de servicio percibido y satisfacción del cliente en Caja Municipal de Sullana. *INNOVA Research Journal*, 8(1), 132–152. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n1.2023.2215>

- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad, La salida de la crisis*. Díaz de Santos, Madrid, 1989.
- Han, H. y Hyun, S. (2018). Role of motivations for luxury cruise traveling, satisfaction, and involvement in building traveler loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, 70, 75-84.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2003). *Metodología de la investigación* (5ta. ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Estado de México, México: Mc Graw Hill Education.
- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México D.F.: McGraw Hill Education.
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Julcarima, E. (2017). *Satisfacción del cliente respecto al proceso de distribución de las empresas de consumo masivo de Lima Sur, Lima 2017* [Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Recuperado de: 33
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/15675>
- Kamran, O., Mantrala, M., Izquierdo-Yusta, A.y Martínez-Ruiz, M. (2017). The impact of retail store format on the satisfaction-loyalty link: An empirical investigation. *Journal of Business Research*,77, 14-22.
- Kotler, P. (1996). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. In Pearson Educación (Decimocuarta). <http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- Maza, F., Vergara, J., Pacheco, I., y Medrano, P. (2022). Calidad del servicio y satisfacción entre estudiantes de la Universidad de Córdoba, Colombia. *Saber, Ciencia Y Libertad*, 17(2). <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2022v17n2.9338>
- Mejía, E. (2011). *Metodología de la investigación científica y asesoramiento de tesis*.http://biblioteca.unach.edu.ec/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=14468

- Meesala, A. y Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261-269.
- Miranda, S., Tavares, P. & Queiró, R. 2017. Perceived service quality and customer satisfaction: A fuzzy set qca approach in the railway sector. *Journal of Business Research*.
- Morales, K. y Abal, P. (2020). *Precarización de plataformas: El caso de los repartidores a domicilio en España. Psicoperspectivas*. 19(1). https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-69242020000100097
- Moya, L. (2014). *La empatía: Entenderla para entender a los demás*. Recuperado de: <https://www.egolandseducacion.com/la-empatia-entenderla-paraentender-a-los-demas-por-luis-moya-albiol/>
- La cámara (2021). *El negocio de la comida vía apps de delivery*. <https://lacamara.pe/elnegocio-de-la-comida-via-online/>
- Organización Mundial de la Salud (2020). *La OMS caracteriza a COVID-19 como una pandemia*. <https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>
- Padrón, J. (2006). *Investigar, reflexionar y actuar en la práctica docente*. <http://padron.entretemas.com/InvAplicada/index.htm>
- Pacheco, M. y Pinedo, S. (2021). *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente de un restaurante de parrilladas de la ciudad de Trujillo, ante la crisis de covid-19; 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30445/Pacheco%20Guzman%2C%20Miguel%20Angel-Pinedo%20Julca%2C%20Silvana%20Jamilet.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Patrisia, D. y Engriani, Y. (2018). *Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Preliminary Findings*. DOI:10.5220/0008436300140019
- Pérez, I. (2012) *Metodología de la investigación*. Editorial Klik

- Rafael, K. (2021). *Relación entre calidad de servicio, satisfacción y lealtad de cliente en la estación de servicio Montealegre – Huaraz 2020*. [Tesis de pregrado, USIL]. <https://repositorio.usil.edu.pe/entities/publication/c41724cae977-4c32-b4c2-b9d2343d48a2>
- Rita, P., Oliveira, T., y Farisa, A, (2019). *The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping*. *Heliyon*, 5 (10), 1-14. doi:10.1016/j.heliyon.2019.e02690
- Rincón, A., y Velásquez, M. (2016). *Evaluación de la satisfacción del cliente en la ferretería materiales El Carpintero en Ocoña Norte de Santander* [Tesis de Grado, Universidad Francisco de Paula Santander Ocoña]. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/2215>
- Salinas, D. (2015). *Fundamentos Constitucionales y Económicos de la intervención estatal y de la participación de los particulares en el mercado* (Tesis de pregrado). Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/132541/Lasinfraestructuras-p%C3%BAblicas.pdf?sequence=1>
- Sasser, E. y Arbeit, S. (1976). Selling jobs in the service sector. *Business Horizons, June*, 61-65. <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456152576006.pdf>
- Silva, J. y Uribe, M. (2020). La relación entre la calidad en el servicio y la satisfacción del cliente en las PyMES. *Revista de estudios gerenciales y de las organizaciones*. 2020, 4(7), 35-52. <http://regyo.bc.uc.edu.ve/v4n7/art02.pdf>
- Sotirios, Z., Zahid, H., Mubarak, A. y Shafiq, R. (2022). *Service Quality and Customer Satisfaction in the Post Pandemic World: A Study of Saudi Auto Care Industry*. Recuperado de: 10.3389/fpsyg.2022.842141
- Sugiarto, S., y Octaviana, V. (2021). Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 93 - 106. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.103>
- Tapia, G. y Arteaga, B. (2020). Evaluación de la calidad percibida del servicio por los consumidores en los restaurantes de la ciudad de Milagro. *Journal of*

Business and entrepreneurial. 4(2).

<http://journalbusinesses.com/index.php/revista>.

Universidad Cesar Vallejo. (2020). *Resolución de consejo universitario n° 0262-2020/ucv. Trujillo.*

Vigo, J. y Gonzales, J. (2020). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo. *Revista CYT*. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3010>

Vilca, C., Vilca, M., y Armas, M. (2021). Relación entre calidad de servicio y satisfacción de los clientes del Banco de la Nación, Perú. *SCIÉND0*, 24(2), 103-108. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2021.011>

Waseso, S. y Nandan L. (2020). Model of Customer Satisfaction and Loyalty. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3774601>

Xie, M. (2005). Exploring organizational learning culture, job satisfaction, motivation to learn, organizational commitment and internal. service quality in a sport organization. *School of the Ohio state university*. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.396>

Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. (1992). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S. A. ISBN 10: 8479780614 ISBN 13: 9788479780616

Zygiaris. S., Hameed, Z., Ayidh, M. y Ur S. (2022) Service Quality and Customer Satisfaction in the Post Pandemic World: A Study of Saudi Auto Care Industry. *Front Psychol.* 11;13:842141. doi: 10.3389/fpsyg.2022.842141. PMID: 35360585; PMCID: PMC8962199.

ANEXOS 1:

Anexo 1. Tabla de operacionalización de variables: Calidad de servicios y satisfacción de los clientes

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Calidad del servicio	Según Zeithaml et al. (1992) la calidad del servicio se define como el grado en que el servicio cumple con las exigencias del cliente. Para evaluarla, propusieron el modelo SERVQUAL, el cual abarca cinco aspectos fundamentales: capacidad de respuesta, tangibilidad, confiabilidad, empatía y seguridad.	La definición operacional de la primera variable implica la aplicación de un cuestionario a un porcentaje significativo de la población de estudio, que son los consumidores del Restaurant Playa Bonita S.A.C en la ciudad de Chimbote. Las dimensiones de la primera variable incluyen confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad. Cada dimensión está compuesta por diferentes indicadores, como promesa, habilidades, rapidez, instalaciones físicas, entre otros. La escala utilizada para medir estas dimensiones fue ordinal	Confiabilidad	Promesa	Ordinal
				Habilidades	
				Fiabilidad	
				Seguridad	
			Capacidad de Respuesta	Rapidez	
				Flexibilidad	
				Comunicación:	
				Accesibilidad	
			Seguridad	Conocimiento y habilidades	
				Credibilidad	
				Ambiente seguro	
				Confidencialidad	
			Empatía	Atención personalizada	
Comprender al cliente					
Cortesía					

				Comunicación efectiva	
			Tangibilidad	instalaciones físicas	
				personal	
				Materiales impresos	
Satisfacción del cliente	Para Kotler (1996), se refiere al conjunto de medidas y experiencias del cliente con un producto o servicio, y cómo se ajustan a sus expectativas. Es fundamental para retener y fidelizar a los clientes.	La definición operacional de la segunda variable implica la aplicación de un cuestionario a los clientes del Restaurant Playa Bonita S.A.C en Chimbote. Las dimensiones de la segunda variable son el rendimiento percibido y las expectativas. El rendimiento percibido se evalúa a través de indicadores como la percepción del cliente y los resultados del servicio. Por otro lado, las expectativas se evalúan a través de indicadores como las ofertas de la empresa y las opiniones de terceros. La escala utilizada para medir estas dimensiones también fue ordinal.	Rendimiento percibido	Percepción del cliente	Ordinal
				Resultado del servicio	
			Expectativas	Ofertas de la empresa	
				Opiniones de terceros	

Nota: elaboración propia del autor

Anexo N°2.

Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO PARA EVALUAR SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL RESTAURANT PLAYA BONITA S.A.C CHIMBOTE - 2023

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de

Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo determinar la relación que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente, Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: Byarleque@ucvvirtual.edu.pe

Estimado cliente: Se le pide sus respuestas sean claras y sinceras, recordar que en el presente cuestionario no existe respuesta correcta o incorrecta. Muchas gracias por su colaboración.

- 1: Totalmente en desacuerdo
- 2: En desacuerdo
- 3: Neutral
- 4: De acuerdo
- 5: Totalmente de acuerdo

Cuestionario sobre la calidad de servicio:

	Confiabilidad	1	2	3	4	5
1	Cuando el Restaurant Playa Bonita S.A.C promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple					
2	El personal del restaurante tiene las habilidades necesarias para responder a preguntas o preocupaciones sobre el menú					
3	Cuando tengo algún problema con mi pedido, el Restaurant Playa Bonita muestra interés en resolverlo.					
4	Me siento seguro/a al momento de cancelar el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C, ya sea con efectivo o con tarjeta.					
	Capacidad de respuesta					
5	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C ofrecen un servicio rápido.					
6	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C están dispuestos a ayudar.					
7	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C responden correctamente las preguntas que se les hacen.					
8	El restaurante cuenta con horarios de atención que se adaptan a sus necesidades					
	Seguridad					
9	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C son amables					
10	El comportamiento de los empleados en el Restaurant Playa Bonita S.A.C transmite confianza.					
11	Me siento seguro/a con el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.					
12	El restaurante garantiza la privacidad de la información relacionada con sus datos personales					
	Empatía					
13	Recibo atención individualizada en el Restaurant Playa Bonita S.A.C					
14	El Restaurant Playa Bonita S.A.C. se preocupa por mis intereses y por lo que como cliente pueda desear.					
15	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. comprenden mis necesidades.					
16	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. tienen conocimientos para responder mis preguntas.					
	Tangibilidad					
17	Los equipos que emplea el restaurante tienen apariencia moderna					
18	Las instalaciones físicas del restaurante tienen apariencia moderna					
19	Los empleados del restaurante tienen apariencia pulcra					
20	Los materiales relacionados con el restaurante (la carta, publicidad) son visualmente atractivos					

FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA CALIDAD DE SERVICIO

CARACTERÍSTICAS DEL CUESTIONARIO	
1) Nombre del instrumento	Cuestionario para evaluar la calidad de servicio
2) Autor Procedencia:	<ul style="list-style-type: none"> • Infantes Briceño Gian Franco • Yarleque torres Bryan Steven Lee Perú, 2023
3) N° de ítems	20
4) Administración	Individual
5) Duración	15 minutos
6) Población	Clientes de la Playa Bonita S.A.C
7) Finalidad	Determinar los niveles de motivación
8) Materiales	Cuestionario de Google.
9) Codificación:	<p><i>Este cuestionario evalúa dos dimensiones:</i> I. Confiabilidad con 04 ítems (1, 2, 3, 4) II. Capacidad de respuesta con 04 ítems (5, 6, 7, 8) III. Seguridad con 04 ítems (9, 10, 11, 12) IV. Empatía con 04 ítems (13, 14, 15 ,16) V. Tangibilidad con 04 ítems (17, 18, 19 y 20). Para obtener la puntuación en cada dimensión, se suman las puntuaciones en los ítems correspondientes y para obtener la puntuación total se suman los subtotales de cada dimensión para posteriormente hallar el promedio de las 5 dimensiones.</p>
10) Propiedades psicométricas:	<p>Confiabilidad: La confiabilidad del instrumento (cuestionario) con que se midió la variable calidad de servicio en el restaurant playa bonita S.A.C, que determina la veracidad de los ítems; es decir, descubrir si los ítems tienen errores, de tal forma se utilizó el Alfa de Cronbach. Se realizó una prueba piloto ante una muestra similares a la del estudio, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de $r = 0.903$ lo que permite deducir que el instrumento a utilizar es confiable moderadamente.</p>
11) Observaciones:	<p>Las puntuaciones obtenidas con la aplicación del instrumento se agruparon en niveles o escalas de: Bajo (37-38); Medio (39-41); Alto (41-42). Estos valores se tendrán en cuenta para ubicar a los colaboradores para efectos del análisis de resultados.</p>

CUESTIONARIO PARA EVALUAR SOBRE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN EL RESTAURANT PLAYA BONITA S.A.C CHIMBOTE - 2023

Estimado/a participante,

Esta es una investigación llevada a cabo dentro de la escuela de

Administración de la Universidad César Vallejo; los datos recopilados son anónimos, serán tratados de forma confidencial y tienen finalidad netamente académica. Por tanto, en forma voluntaria; SÍ () NO () doy mi consentimiento para continuar con la investigación que tiene por objetivo determinar la relación que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente, Asimismo, autorizo para que los resultados de la presente investigación se publiquen a través del repositorio institucional de la Universidad César Vallejo.

Cualquier duda que les surja al contestar esta encuesta puede enviarla al correo: Byarleque@ucvvirtual.edu.pe

Estimado cliente: Se le pide sus respuestas sean claras y sinceras, recordar que en el presente cuestionario no existe respuesta correcta o incorrecta. Muchas gracias por su colaboración.

- 1: Totalmente en desacuerdo
- 2: En desacuerdo
- 3: Neutral
- 4: De acuerdo
- 5: Totalmente de acuerdo

Cuestionario sobre la satisfacción de los clientes:

	Rendimiento percibido	1	2	3	4	5
1	¿Recibió usted frecuentemente servicio amable y cortés por parte del personal de atención al cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?					
2	¿Con qué frecuencia se sintió satisfecho con la actitud y el comportamiento del personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?					
3	¿Con qué frecuencia el personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C. demostró conocimientos y habilidades para responder a sus preguntas o resolver problemas?					
4	¿Recibió usted con regularidad su pedido de comida tal y como lo solicitó en el Restaurante Playa Bonita S.A.C?					
5	¿Con qué frecuencia la calidad de los alimentos que recibió en el Restaurante Playa Bonita S.A.C cumplió con sus expectativas?					
6	¿Recibió usted con frecuencia su pedido completo y en las condiciones adecuadas en el Restaurante Playa Bonita S.A.C?					
	Expectativas					
7	¿Con qué frecuencia las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C cumplen tus expectativas?					
8	¿Las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C son claras y fáciles de entender?					
9	¿Consideras que las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C son atractivas y beneficiosas para ti?					
10	¿Has recibido recomendaciones de amigos o familiares para visitar el restaurante Playa Bonita?					
11	¿Las opiniones de otros clientes han influido en tu decisión de visitar el restaurante Playa Bonita?					
12	¿Consideras que el restaurante Playa Bonita cumple con las expectativas que has creado en base a las opiniones de otros clientes?					

FICHA TÉCNICA DEL CUESTIONARIO PARA EVALUAR LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES

CARACTERÍSTICAS DEL CUESTIONARIO	
12) Nombre del instrumento	Cuestionario para evaluar la satisfacción de los clientes
13) Autor Procedencia:	<ul style="list-style-type: none"> • Infantes Briceño Gian Franco • Yarleque torres Bryan Steven Lee Perú, 2023
14) N° de ítems	12
15) Administración	Individual
16) Duración	15 minutos
17) Población	Clientes de la Playa Bonita S.A.C
18) Finalidad	Determinar los niveles de motivación
19) Materiales	Cuestionario de Google.
20) Codificación: <i>Este cuestionario evalúa dos dimensiones:</i> I. Rendimiento percibido con 06 ítems (1, 2, 3, 4, 5, 6) II. Expectativas con 06 ítems (7, 8, 9, 10, 11 y 12). Para obtener la puntuación en cada dimensión, se suman las puntuaciones en los ítems correspondientes y para obtener la puntuación total se suman los subtotales de cada dimensión para posteriormente hallar el promedio de las 2 dimensiones.	
21) Propiedades psicométricas: Confiabilidad: La confiabilidad del instrumento (cuestionario) con que se midió la variable satisfacción de los clientes en el restaurant playa bonita S.A.C, que determina la veracidad de los ítems; es decir, descubrir si los ítems tienen errores, de tal forma se utilizó el Alfa de Cronbach. Se realizó una prueba piloto ante una muestra similares a la del estudio, obtuvo un coeficiente de confiabilidad de $r = 0.921$ lo que permite deducir que el instrumento a utilizar es confiable moderadamente.	
22) Observaciones: Las puntuaciones obtenidas con la aplicación del instrumento se agruparon en niveles o escalas de: Bajo (37-38); Medio (39-41); Alto (41-42). Estos valores se tendrán en cuenta para ubicar a los colaboradores para efectos del análisis de resultados.	

Objetivo específico 1: Determinar el nivel de la calidad de servicio en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.

Tabla 3

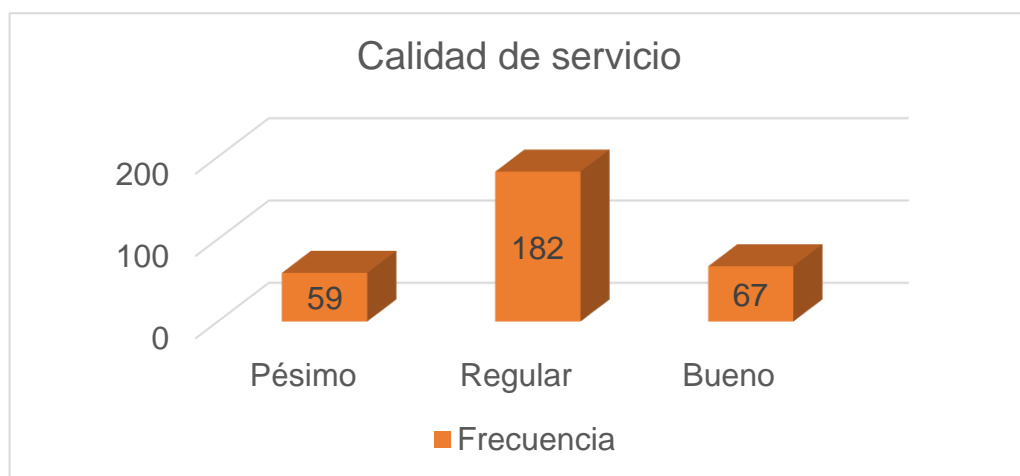
Nivel de calidad de servicio.

Calidad de servicio		
Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	59	19.2%
Regular	182	59.1%
Bueno	67	21.8%
Total	308	100%

Nota. Elaboración propia.

Figura 1.

Nivel de calidad de servicio.



Nota. Elaboración propia.

Interpretación: En la Tabla N° 3 se puede observar que el 21.8% de los clientes obtuvieron un nivel bueno de calidad de servicio, en tanto para la discusión de resultados el 59.1% de los usuarios obtuvieron un nivel regular de calidad de servicio, el 19.2% tienen un nivel de calidad de servicio de pésima, Analizando el nivel calidad de servicio en el restaurant Playa Bonita S.A.C es de nivel Regular con un 59.1%, es decir que existen factores que no mejoren a la calidad de servicio en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.

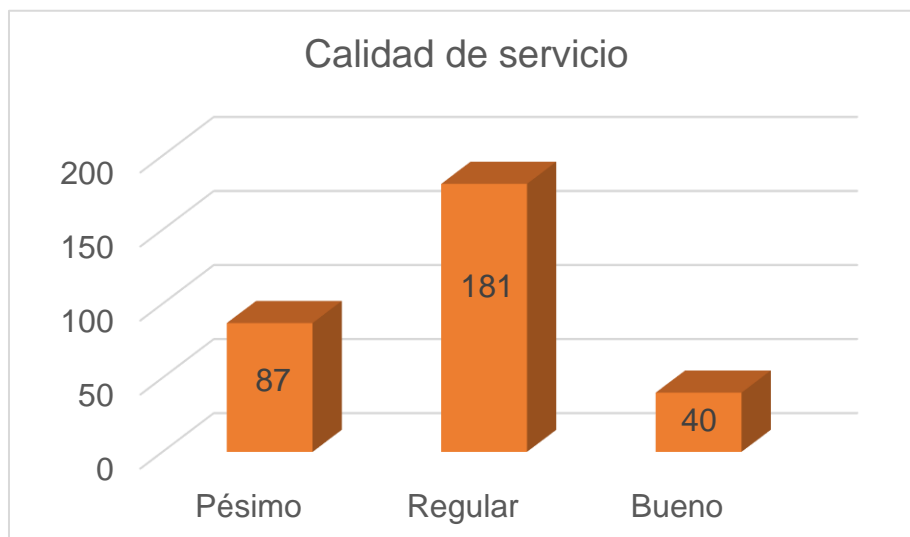
Objetivo específico 2: Determinar el nivel de la satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.

Tabla 4.

Nivel de satisfacción del cliente.

Satisfacción del cliente		
Niveles	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	87	28.2%
Regular	181	58.8%
Bueno	40	13%
Total	308	100%

Nota. Elaboración propia.



Interpretación: En la Tabla 4 se observa que el 13.0% de los clientes obtuvieron un nivel alto de participación ciudadana, el 15.0% tienen nivel alto, en tanto para la discusión el 58.8% de los clientes obtuvieron un nivel regular de satisfacción del cliente y el 28.2% tienen un nivel bajo de la satisfacción del cliente. Analizando el nivel de satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C es de nivel Regular con un 58.8%, es decir que existen factores que no mejoran a la satisfacción del cliente en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote, 2023.

ANEXO N°3.

Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2 \cdot (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{1544 \cdot 1.96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}{0.05^2 \cdot (1544-1) + 1.96^2 \cdot 0.50 \cdot 0.50}$$

Detalles:

Poblacion (N)= 1544
Valor Z= 1.96
P éxito= 0.5
P fracaso= 0.5
E error= 0.05

Tamaño de Muestra
308

ANEXO N°4

Evaluación por juicio de expertos

Validación del instrumento de calidad de servicio y satisfacción de los clientes



Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "La calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2022" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	<i>José Antonio Velizmore López</i>	
Grado profesional:	Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	SERVQUAL calidad de servicio
Autor(es):	Zeithaml, Parasuraman y Berry
Procedencia:	Del autor
Administración:	virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Dentro de un restaurant
Significación:	Está compuesta por dos variables: - La primera variable contiene 5 dimensiones, de 20 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 2 dimensiones, de 4 indicadores y 12 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.





4. Soporte teórico

- Variable 1: Calidad del servicio

Según Zeithaml et al. (1992), la calidad del servicio se define como el grado en que el servicio cumple con las exigencias del cliente. Para evaluarla, propusieron el modelo SERVQUAL, el cual abarca cinco aspectos fundamentales: capacidad de respuesta, tangibilidad, confiabilidad, empatía y seguridad.

- Variable 2: satisfacción del cliente

Para Kotler (1996) sostuvo que la satisfacción del cliente es el conjunto de medidas y experiencias del cliente con un producto o servicio y de qué manera se ajustan a sus expectativas, y es fundamental para la retención y fidelización de los clientes.

Variable	Dimensiones	Definición
Calidad del servicio	Confiabilidad	Zeithaml et al. (1992) como la consecuencia de llevar a cabo de manera diligente y cuidadosa su servicio
	Capacidad de Respuesta	Zeithaml et al. (1992) sostuvieron que es la capacidad de respuesta es la disponibilidad que tiene un colaborador para responder de manera rápida y eficaz a sus inquietudes.
	Seguridad	Zeithaml et al. (1992) es la sensación que genera un colaborador, denotando credibilidad y confianza para con el cliente
	Empatía	Zeithaml et al. (1992) sostienen que, es definida como las acciones que emplea una persona a raíz de una realidad de las que ellos son ajenos, generalmente son sentimientos
	Tangibilidad	Zeithaml et al. (1992) es una introducción a los establecimientos físicos, como el grupo, el trabajador y los materiales de información.
Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	Kotler (1996) donde mencionaba que se refiere al desempeño que espera un cliente posteriormente a la compra de un servicio o producto, es la percepción del cliente con respecto al desempeño del producto o servicio adquirido.
	Expectativas	Kotler (1996) es definida como la certeza que tienen los clientes al adquirir un producto, es decir, que los clientes obtengan lo que les interesa. Estas expectativas se crean en base a las distintas situaciones previas a la compra

5. Presentación de instrucciones para el juez:



5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario "La calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2022" elaborado por Yarleque Torres Bryan e Infantes Briceño Gian Franco en el año 2022 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Calidad de servicio

- Primera dimensión: Confiabilidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promesa	Cuando el Restaurant Playa Bonita S.A.C promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple	4	4	4	
Habilidades	El personal del restaurante tiene las habilidades necesarias para responder a preguntas o preocupaciones sobre el menú	4	4	4	
Fiabilidad	Cuando tengo algún problema con mi pedido, el Restaurant Playa Bonita muestra interés en resolverlo.	4	4	4	
Seguridad	Me siento seguro/a al momento de cancelar el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C, ya sea con efectivo o con tarjeta.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Capacidad de Respuesta

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Rapidez	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C ofrecen un servicio rápido.	4	4	4	
Flexibilidad	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C están dispuestos a ayudar.	4	4	4	
Comunicación:	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C responden correctamente las preguntas que se les hacen.	4	4	4	
Accesibilidad	El restaurante cuenta con horarios de atención que se adaptan a sus necesidades	4	4	4	

- Tercera dimensión: Seguridad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Amabilidad	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C son amables	4	4	4	
Credibilidad	El comportamiento de los empleados en el Restaurant Playa Bonita S.A.C transmite confianza.	4	4	4	
Ambiente seguro	Me siento seguro/a con el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.	4	4	4	
Confidencialidad	El restaurante garantiza la privacidad de la información relacionada con sus datos personales	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Empatía



- Cuarta dimensión: Empatía
- Objetivos de la Dimensión: Medirá los niveles de empatía en los clientes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención personalizada	Recibo atención individualizada en el Restaurant Playa Bonita S.A.C	✓	✓	✓	
Comprender al cliente	El Restaurant Playa Bonita S.A.C. se preocupa por mis intereses y por lo que como cliente pueda desear.	✓	✓	✓	
Cortesía	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. comprenden mis necesidades.	✓	✓	✓	
Comunicación efectiva	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. tienen conocimientos para responder mis preguntas.	✓	✓	✓	

- Quinta dimensión: Tangibilidad
- Objetivos de la Dimensión: Medirá los niveles de Tangibilidad en los clientes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Instalaciones físicas	Los equipos que emplea el restaurante tienen apariencia moderna	✓	✓	✓	
	Las instalaciones físicas del restaurante tienen apariencia moderna	✓	✓	✓	
Personal	Los empleados del restaurante tienen apariencia pulcra	✓	✓	✓	
Materiales impresos	Los materiales relacionados con el restaurante (la carta, publicidad) son visualmente atractivos	✓	✓	✓	

Variable del instrumento: satisfacción del cliente

- Primera dimensión: Rendimiento percibido

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Percepción del cliente	¿Recibió usted frecuentemente servicio amable y cortés por parte del personal de atención al cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?	✓	✓	✓	
	¿Con qué frecuencia se sintió satisfecho con la actitud y el comportamiento del personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?	✓	✓	✓	
	¿Con qué frecuencia el personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C. demostró conocimientos y habilidades para responder a sus preguntas o resolver problemas?	✓	✓	✓	
Resultado del servicio	¿Recibió usted con regularidad su pedido de comida tal y como lo solicitó en el Restaurante Playa Bonita S.A.C.?	✓	✓	✓	
	¿Con qué frecuencia la calidad de los alimentos que recibió en el Restaurante Playa Bonita S.A.C cumplió con sus expectativas?	✓	✓	✓	
	¿Recibió usted con frecuencia su pedido completo y en las condiciones adecuadas en el Restaurante Playa Bonita S.A.C.?	✓	✓	✓	



• Segunda dimensión: Expectativas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ofertas de la empresa	¿Con qué frecuencia las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C cumplen tus expectativas?	4	4	4	
	¿Las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C son claras y fáciles de entender?	4	4	4	
	¿Consideras que las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C son atractivas y beneficiosas para ti?	4	4	4	
Opiniones de terceros	¿Has recibido recomendaciones de amigos o familiares para visitar nuestro restaurante Playa Bonita?	4	4	4	
	¿Las opiniones de otros clientes han influido en tu decisión de visitar nuestro restaurante Playa Bonita?	4	4	4	
	¿Consideras que nuestro restaurante Playa Bonita cumple con las expectativas que has creado en base a las opiniones de otros clientes?	4	4	4	



[Handwritten Signature]

 Mgr. DNI: 42926981

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "La calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2022" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	Luis Alberto Calderón Yasleque	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (X)
Área de formación académica:	Clinica ()	Social (X)
	Educativa (X)	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	SERVQUAL calidad de servicio
Autor(es):	Zeithaml, Parasuraman y Berry
Procedencia:	Del autor
Administración:	virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Dentro de un restaurant
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 5 dimensiones, de 20 indicadores y 20 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 2 dimensiones, de 4 indicadores y 12 Ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.





4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Calidad del servicio

Según Zeithaml et al. (1992), la calidad del servicio se define como el grado en que el servicio cumple con las exigencias del cliente. Para evaluarla, propusieron el modelo SERVQUAL, el cual abarca cinco aspectos fundamentales: capacidad de respuesta, tangibilidad, confiabilidad, empatía y seguridad.

- **Variable 2:** satisfacción del cliente

Para Kotler (1996) sostuvo que la satisfacción del cliente es el conjunto de medidas y experiencias del cliente con un producto o servicio y de qué manera se ajustan a sus expectativas, y es fundamental para la retención y fidelización de los clientes.

Variable	Dimensiones	Definición
Calidad del servicio	Confiabilidad	Zeithaml et al. (1992) como la consecuencia de llevar a cabo de manera diligente y cuidadosa su servicio
	Capacidad de Respuesta	Zeithaml et al. (1992) sostuvieron que es la capacidad de respuesta es la disponibilidad que tiene un colaborador para responder de manera rápida y eficaz a sus inquietudes.
	Seguridad	Zeithaml et al. (1992) es la sensación que genera un colaborador, denotando credibilidad y confianza para con el cliente
	Empatía	Zeithaml et al. (1992) sostiene que, es definida como las acciones que emplea una persona a raíz de una realidad de las que ellos son ajenos, generalmente son sentimientos
	Tangibilidad	Zeithaml et al. (1992) es una introducción a los establecimientos físicos, como el grupo, el trabajador y los materiales de información.
Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	Kotler (1996) donde mencionaba que se refiere al desempeño que espera un cliente posteriormente a la compra de un servicio o producto, es la percepción del cliente con respecto al desempeño del producto o servicio adquirido.
	Expectativas	Kotler (1996) es definida como la certeza que tienen los clientes al adquirir un producto, es decir, que los clientes obtengan lo que les interesa. Estas expectativas se crean en base a las distintas situaciones previas a la compra

5. Presentación de instrucciones para el juez:



5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el cuestionario "La calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2022" elaborado por Yarleque Torres Bryan e Infantes Briceño Gian Franco en el año 2022 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel



Variable del instrumento: Calidad de servicio

- Primera dimensión: Confiabilidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promesa	Cuando el Restaurant Playa Bonita S.A.C promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple	4	4	4	
Habilidades	El personal del restaurante tiene las habilidades necesarias para responder a preguntas o preocupaciones sobre el menú	4	4	4	
Fiabilidad	Cuando tengo algún problema con mi pedido, el Restaurant Playa Bonita muestra interés en resolverlo.	4	4	4	
Seguridad	Me siento seguro/a al momento de cancelar el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C, ya sea con efectivo o con tarjeta.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Capacidad de Respuesta

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Rapidez	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C ofrecen un servicio rápido.	4	4	4	
Flexibilidad	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C están dispuestos a ayudar.	4	4	4	
Comunicación:	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C responden correctamente las preguntas que se les hacen.	4	4	4	
Accesibilidad	El restaurante cuenta con horarios de atención que se adaptan a sus necesidades	4	4	4	

- Tercera dimensión: Seguridad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Amabilidad	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C son amables	4	4	4	
Credibilidad	El comportamiento de los empleados en el Restaurant Playa Bonita S.A.C transmite confianza.	4	4	4	
Ambiente seguro	Me siento seguro/a con el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.	4	4	4	
Confidencialidad	El restaurante garantiza la privacidad de la información relacionada con sus datos personales	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Empatía



- Cuarta dimensión: Empatía
- Objetivos de la Dimensión: Medirá los niveles de empatía en los clientes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención personalizada	Recibo atención individualizada en el Restaurant Playa Bonita S.A.C	✓	✓	✓	
Comprender al cliente	El Restaurant Playa Bonita S.A.C. se preocupa por mis intereses y por lo que como cliente pueda desear.	✓	✓	✓	
Cortesía	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. comprenden mis necesidades.	✓	✓	✓	
Comunicación efectiva	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. tienen conocimientos para responder mis preguntas.	✓	✓	✓	

- Quinta dimensión: Tangibilidad
- Objetivos de la Dimensión: Medirá los niveles de Tangibilidad en los clientes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Instalaciones físicas	Los equipos que emplea el restaurante tienen apariencia moderna	✓	✓	✓	
	Las instalaciones físicas del restaurante tienen apariencia moderna	✓	✓	✓	
Personal	Los empleados del restaurante tienen apariencia pulcra	✓	✓	✓	
Materiales impresos	Los materiales relacionados con el restaurante (la carta, publicidad) son visualmente atractivos	✓	✓	✓	

Variable del instrumento: satisfacción del cliente

- Primera dimensión: Rendimiento percibido

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Percepción del cliente	¿Recibió usted frecuentemente servicio amable y cortés por parte del personal de atención al cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?				
	¿Con qué frecuencia se sintió satisfecho con la actitud y el comportamiento del personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?				
	¿Con qué frecuencia el personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C. demostró conocimientos y habilidades para responder a sus preguntas o resolver problemas?				
Resultado del servicio	¿Recibió usted con regularidad su pedido de comida tal y como lo solicitó en el Restaurante Playa Bonita S.A.C?				
	¿Con qué frecuencia la calidad de los alimentos que recibió en el Restaurante Playa Bonita S.A.C cumplió con sus expectativas?				
	¿Recibió usted con frecuencia su pedido completo y en las condiciones adecuadas en el Restaurante Playa Bonita S.A.C?				

• Segunda dimensión: Expectativas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ofertas de la empresa	¿Con qué frecuencia las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C cumplen tus expectativas?	4	4	4	
	¿Las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C son claras y fáciles de entender?	4	4	4	
	¿Consideras que las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C son atractivas y beneficiosas para ti?	4	4	4	
Opiniones de terceros	¿Has recibido recomendaciones de amigos o familiares para visitar nuestro restaurante Playa Bonita?	4	4	4	
	¿Las opiniones de otros clientes han influido en tu decisión de visitar nuestro restaurante Playa Bonita?	4	4	4	
	¿Consideras que nuestro restaurante Playa Bonita cumple con las expectativas que has creado en base a las opiniones de otros clientes?	4	4	4	




 Mgtr.
 DNI: 40097132

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGarland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkás et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkás et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

Anexo 2: Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "La calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2022" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombres y Apellidos del juez:	CARLOS HERNAN POEMAPE COBIAN	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clinica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional (X)
Áreas de experiencia profesional:	Docente de la Escuela Profesional de Administración	
Institución donde labora:	Universidad César Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala: (Colocar nombre de la escala, cuestionario o inventario)

Nombre de la Prueba:	SERVQUAL calidad de servicio
Autor(es):	Zeithaml, Parasuraman y Berry
Procedencia:	Del autor
Administración:	virtual
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Dentro de un restaurant
Significación:	<p>Está compuesta por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La primera variable contiene 5 dimensiones, de 20 indicadores y 20 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables. - La segunda variable contiene 2 dimensiones, de 4 indicadores y 12 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.





4. Soporte teórico

- Variable 1: Calidad del servicio

Según Zeithaml et al. (1992), la calidad del servicio se define como el grado en que el servicio cumple con las exigencias del cliente. Para evaluarla, propusieron el modelo SERVQUAL, el cual abarca cinco aspectos fundamentales: capacidad de respuesta, tangibilidad, confiabilidad, empatía y seguridad.

- Variable 2: satisfacción del cliente

Para Kotler (1996) sostuvo que la satisfacción del cliente es el conjunto de medidas y experiencias del cliente con un producto o servicio y de qué manera se ajustan a sus expectativas, y es fundamental para la retención y fidelización de los clientes.

Variable	Dimensiones	Definición
Calidad del servicio	Confiabilidad	Zeithaml et al. (1992) como la consecuencia de llevar a cabo de manera diligente y cuidadosa su servicio
	Capacidad de Respuesta	Zeithaml et al. (1992) sostuvieron que es la capacidad de respuesta es la disponibilidad que tiene un colaborador para responder de manera rápida y eficaz a sus inquietudes.
	Seguridad	Zeithaml et al. (1992) es la sensación que genera un colaborador, denotando credibilidad y confianza para con el cliente
	Empatía	Zeithaml et al. (1992) sostienen que, es definida como las acciones que emplea una persona a raíz de una realidad de las que ellos son ajenos, generalmente son sentimientos
	Tangibilidad	Zeithaml et al. (1992) es una introducción a los establecimientos físicos, como el grupo, el trabajador y los materiales de información.
Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	Kotler (1996) donde mencionaba que se refiere al desempeño que espera un cliente posteriormente a la compra de un servicio o producto, es la percepción del cliente con respecto al desempeño del producto o servicio adquirido.
	Expectativas	Kotler (1996) es definida como la certeza que tienen los clientes al adquirir un producto, es decir, que los clientes obtengan lo que les interesa. Estas expectativas se crean en base a las distintas situaciones previas a la compra

5. Presentación de instrucciones para el juez:

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "La calidad del servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2022" elaborado por Yarleque Torres Bryan e Infantes Briceño Gian Franco en el año 2022. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

Variable del instrumento: Calidad de servicio

- Primera dimensión: Confiabilidad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Promesa	Cuando el Restaurant Playa Bonita S.A.C promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple	4	4	4	
Habilidades	El personal del restaurante tiene las habilidades necesarias para responder a preguntas o preocupaciones sobre el menú	4	4	4	
Fiabilidad	Cuando tengo algún problema con mi pedido, el Restaurant Playa Bonita muestra interés en resolverlo.	4	4	4	
Seguridad	Me siento seguro/a al momento de cancelar el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C, ya sea con efectivo o con tarjeta.	4	4	4	

- Segunda dimensión: Capacidad de Respuesta

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Rapidez	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C ofrecen un servicio rápido.	4	4	4	
Flexibilidad	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C están dispuestos a ayudar.	4	4	4	
Comunicación:	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C responden correctamente las preguntas que se les hacen.	4	4	4	
Accesibilidad	El restaurante cuenta con horarios de atención que se adaptan a sus necesidades	4	4	4	

- Tercera dimensión: Seguridad

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Amabilidad	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C son amables	4	4	4	
Credibilidad	El comportamiento de los empleados en el Restaurant Playa Bonita S.A.C transmite confianza.	4	4	4	
Ambiente seguro	Me siento seguro/a con el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.	4	4	4	
Confidencialidad	El restaurante garantiza la privacidad de la información relacionada con sus datos personales	4	4	4	

- Cuarta dimensión: Empatía



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

- Cuarta dimensión: Empatía
- Objetivos de la Dimensión: Medirá los niveles de empatía en los clientes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Atención personalizada	Recibo atención individualizada en el Restaurant Playa Bonita S.A.C	4	4	4	
Comprender al cliente	El Restaurant Playa Bonita S.A.C. se preocupa por mis intereses y por lo que como cliente pueda desear.	4	4	4	
Cortesía	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. comprenden mis necesidades.	4	4	4	
Comunicación efectiva	Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. tienen conocimientos para responder mis preguntas.	4	4	4	

- Quinta dimensión: Tangibilidad
- Objetivos de la Dimensión: Medirá los niveles de Tangibilidad en los clientes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Instalaciones físicas	Los equipos que emplea el restaurante tienen apariencia moderna	4	4	4	
	Las instalaciones físicas del restaurante tienen apariencia moderna	4	4	4	
Personal	Los empleados del restaurante tienen apariencia pulcra	4	4	4	
Materiales impresos	Los materiales relacionados con el restaurante (la carta, publicidad) son visualmente atractivos	4	4	4	

Variable del instrumento: satisfacción del cliente

- Primera dimensión: Rendimiento percibido

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Percepción del cliente	¿Recibió usted frecuentemente servicio amable y cortés por parte del personal de atención al cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?	4	4	4	
	¿Con qué frecuencia se sintió satisfecho con la actitud y el comportamiento del personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?	4	4	4	
	¿Con qué frecuencia el personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C. demostró conocimientos y habilidades para responder a sus preguntas o resolver problemas?	4	4	4	
Resultado del servicio	¿Recibió usted con regularidad su pedido de comida tal y como lo solicitó en el Restaurante Playa Bonita S.A.C.?	4	4	4	
	¿Con qué frecuencia la calidad de los alimentos que recibió en el Restaurante Playa Bonita S.A.C cumplió con sus expectativas?	4	4	4	
	¿Recibió usted con frecuencia su pedido completo y en las condiciones adecuadas en el Restaurante Playa Bonita S.A.C.?	4	4	4	

- Segunda dimensión: Expectativas

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Ofertas de la empresa	¿Con qué frecuencia las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C cumplen tus expectativas?	4	4	4	
	¿Las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C son claras y fáciles de entender?	4	4	4	
	¿Consideras que las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S.A.C son atractivas y beneficiosas para ti?	4	4	4	
Opiniones de terceros	¿Has recibido recomendaciones de amigos o familiares para visitar nuestro restaurante Playa Bonita?	4	4	4	
	¿Las opiniones de otros clientes han influido en tu decisión de visitar nuestro restaurante Playa Bonita?	4	4	4	
	¿Consideras que nuestro restaurante Playa Bonita cumple con las expectativas que has creado en base a las opiniones de otros clientes?	4	4	4	




 Mg. CARLOS HERNÁN POEMATE CORIÁN
 Mgtr.
 DNI: 32809352

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de 2 hasta 20 expertos, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que 10 expertos brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

ANEXO N°5

Base de datos de prueba piloto

VARIABLE DE CALIDAD DE SERVICIO.

CALIDAD DE SERVICIO

	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12	P.13	P.14	P.15	P.16	P.17	P.18	P.19	P.20
E1	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4
E2	4	5	5	4	5	2	2	5	5	5	5	2	2	5	3	5	3	5	5	2
E3	2	3	1	4	2	4	3	2	1	3	1	2	3	4	1	3	1	2	4	3
E4	2	4	3	1	2	2	3	2	1	4	3	2	3	3	3	4	3	2	3	2
E5	2	3	1	2	3	3	3	1	1	3	1	1	3	2	2	4	2	3	2	2
E6	2	3	3	2	3	1	2	3	1	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3
E7	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	3	1	2
E8	5	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
E9	2	3	1	2	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2
E10	5	5	1	4	3	3	2	3	2	5	1	2	2	2	2	2	3	3	2	5
E11	4	1	4	4	4	1	2	1	4	1	4	1	2	1	4	4	1	4	1	3
E12	2	1	2	2	3	2	3	3	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3
E13	2	4	3	1	4	1	2	4	1	4	3	1	2	3	2	4	4	4	3	5
E14	2	3	2	3	1	2	1	3	2	3	2	1	1	1	1	2	1	1	1	3
E15	5	5	2	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E16	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3
E17	4	3	3	2	4	5	2	3	1	3	3	5	2	4	4	5	2	4	4	2
E18	1	3	1	1	4	1	4	4	1	3	1	1	4	2	1	2	1	4	2	4
E19	2	1	2	4	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
E20	3	5	2	2	2	1	2	4	5	5	2	4	2	2	4	4	1	2	2	3

Base de datos:

Análisis de confiabilidad del instrumento calidad de servicio

Para la confiabilidad del instrumento se utilizó el Alfa de Cronbach, que se encarga de determinar la medida ponderada de las correlaciones entre las variables que forman parte de la encuesta.

El instrumento para la prueba piloto estuvo compuesto por 20 ítems para una muestra de 20 colaboradores.

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Índice de confiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,903	20

El índice de confiabilidad de la prueba piloto de la variable calidad de servicio alcanzó un coeficiente de excelente confiabilidad representado por un 90.26%, concluyendo esta manera que el instrumento es aplicable.

ESTADISTICO DE TODOS LOS ITEMS

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
Los equipos que emplea nuestro restaurante tienen apariencia moderna	2,8500	1,22582	20
Las instalaciones físicas de nuestro restaurante tienen apariencia moderna	3,2500	1,33278	20
Los empleados de nuestro restaurante tienen apariencia pulcra	2,4000	1,23117	20
Los materiales relacionados con nuestro restaurante (la carta, publicidad) son visualmente atractivos	2,6500	1,18210	20
Cuando el Restaurant Playa Bonita S.A.C promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple	2,9000	1,16529	20
El personal del restaurante tiene las habilidades necesarias para responder a preguntas o preocupaciones sobre el menú	2,2500	1,25132	20
Cuando tengo algún problema con mi pedido, el Restaurant Playa Bonita muestra interés en resolverlo.	2,4000	,82078	20
Me siento seguro/a al momento de cancelar el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C, ya sea con efectivo o con tarjeta.	2,8000	1,15166	20
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C ofrecen un servicio rápido.	2,1500	1,46089	20
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C están dispuestos a ayudar.	3,2500	1,33278	20
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C responden correctamente las preguntas que se les hacen.	2,4000	1,23117	20
El restaurante cuenta con horarios de atención que se adaptan a sus necesidades	2,2000	1,15166	20
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C son amables	2,4000	,82078	20

El comportamiento de los empleados en el Restaurant Playa Bonita S.A.C transmite confianza.	2,5000	1,23544	20
Me siento seguro/a con el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.	2,3500	,98809	20
El restaurante garantiza la privacidad de la información relacionada con sus datos personales	3,1500	1,03999	20
Recibo atención individualizada en el Restaurant Playa Bonita S.A.C	2,3000	1,12858	20
El Restaurant Playa Bonita S.A.C. se preocupa por mis intereses y por lo que como cliente pueda desear.	2,9000	1,16529	20
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. comprenden mis necesidades.	2,5000	1,23544	20
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. tienen conocimientos para responder mis preguntas.	2,9000	,96791	20

CONFIABILIDAD DE CADA PREGUNTA

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Los equipos que emplea nuestro restaurante tienen apariencia moderna	49,6500	177,608	,364	.	,903
Las instalaciones físicas de nuestro restaurante tienen apariencia moderna	49,2500	172,618	,474	.	,900
Los empleados de nuestro restaurante tienen apariencia pulcra	50,1000	166,726	,716	.	,893
Los materiales relacionados con nuestro restaurante (la carta, publicidad) son visualmente atractivos	49,8500	178,345	,357	.	,903
Cuando el Restaurant Playa Bonita S.A.C promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple	49,6000	168,463	,700	.	,894

El personal del restaurante tiene las habilidades necesarias para responder a preguntas o preocupaciones sobre el menú	50,2500	174,724	,445	.	,901
Cuando tengo algún problema con mi pedido, el Restaurant Playa Bonita muestra interés en resolverlo.	50,1000	182,516	,352	.	,902
Me siento seguro/a al momento de cancelar el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C, ya sea con efectivo o con tarjeta.	49,7000	171,589	,599	.	,896
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C ofrecen un servicio rápido.	50,3500	168,450	,538	.	,898
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C están dispuestos a ayudar.	49,2500	172,618	,474	.	,900
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C responden correctamente las preguntas que se les hacen.	50,1000	166,726	,716	.	,893
El restaurante cuenta con horarios de atención que se adaptan a sus necesidades	50,3000	174,011	,516	.	,898
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C son amables	50,1000	182,516	,352	.	,902
El comportamiento de los empleados en el Restaurant Playa Bonita S.A.C transmite confianza.	50,0000	165,474	,755	.	,892
Me siento seguro/a con el servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.	50,1500	176,239	,525	.	,898

El restaurante garantiza la privacidad de la información relacionada con sus datos personales	49,3500	174,871	,547	.	,898
Recibo atención individualizada en el Restaurant Playa Bonita S.A.C	50,2000	171,958	,600	.	,896
El Restaurant Playa Bonita S.A.C. se preocupa por mis intereses y por lo que como cliente pueda desear.	49,6000	168,463	,700	.	,894
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. comprenden mis necesidades.	50,0000	165,474	,755	.	,892
Los empleados del Restaurant Playa Bonita S.A.C. tienen conocimientos para responder mis preguntas.	49,6000	185,832	,160	.	,906

Base de datos de prueba piloto

VARIABLE DE SASTIFACION DE LOS CLIENTES.

Base de datos:

SATISFACI3N DE LOS CLIENTES

	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12
E1	4	3	5	1	3	3	3	4	3	3	1	2
E2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
E3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E4	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1
E5	4	2	1	4	2	2	2	1	1	2	2	2
E6	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2
E7	1	1	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1
E8	4	4	2	2	3	3	3	1	1	2	3	3
E9	4	4	4	2	3	2	2	2	1	2	2	2
E10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
E11	2	1	3	1	2	1	3	3	2	1	1	2
E12	4	4	2	2	4	2	2	2	1	3	2	3
E13	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1
E14	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1
E15	3	2	2	1	2	3	3	2	1	2	3	3
E16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
E17	2	3	1	3	3	2	2	2	1	3	2	1
E18	3	3	4	2	5	2	4	4	1	3	3	3
E19	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
E20	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1

Análisis de confiabilidad del instrumento de satisfacci3n de los clientes

Para la confiabilidad del instrumento se utiliz3 el Alfa de Cronbach, que se encarga de determinar la medida ponderada de las correlaciones entre las variables que forman parte de la encuesta.

El instrumento para la prueba piloto estuvo compuesto por 12 ítems para una muestra de 20 colaboradores.

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	20	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Índice de confiabilidad

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,921	12

El índice de confiabilidad de la prueba piloto de la variable satisfacción de los clientes alcanzó un coeficiente de excelente confiabilidad representado por un 92.02%, concluyendo esta manera que el instrumento es aplicable.

ESTADISTICO DE TODOS LOS ITEMS.

Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
¿Recibió usted frecuentemente servicio amable y cortés por parte del personal de atención al cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?	2,50	1,192	20
¿Con qué frecuencia se sintió satisfecho con la actitud y el comportamiento del personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?	2,05	1,146	20
¿Con qué frecuencia el personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C. demostró conocimientos y habilidades para responder a sus preguntas o resolver problemas?	2,05	1,191	20
¿Recibió usted con regularidad su pedido de comida tal y como lo solicitó en el Restaurante Playa Bonita SAC?	1,85	,875	20
¿Con qué frecuencia la calidad de los alimentos que recibió en el Restaurante Playa Bonita SAC cumplió con sus expectativas?	2,20	1,105	20
¿Recibió usted con frecuencia su pedido completo y en las condiciones adecuadas en el Restaurante Playa Bonita SAC?	1,85	,745	20
¿Con qué frecuencia las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S? A.C cumplen tus expectativas?	2,15	,875	20

¿Las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S? A.C son claras y fáciles de entender?	1,80	1,005	20
¿Consideras que las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S? A.C son atractivas y beneficiosas para ti?	1,25	,639	20
¿Has recibido recomendaciones de amigos o familiares para visitar el restaurante Playa Bonita?	1,75	,851	20
¿Las opiniones de otros clientes han influido en tu decisión de visitar el restaurante Playa Bonita?	1,70	,801	20
¿Consideras que el restaurante Playa Bonita cumple con las expectativas que has creado en base a las opiniones de otros clientes?	1,75	,851	20

CONFIABILIDAD DE CADA PREGUNTA

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
¿Recibió usted frecuentemente servicio amable y cortés por parte del personal de atención al cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?	20,40	56,463	,693	,798	,914
¿Con qué frecuencia se sintió satisfecho con la actitud y el comportamiento del personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C.?	20,85	55,082	,818	,936	,907

¿Con qué frecuencia el personal de servicio en el Restaurant Playa Bonita S.A.C. demostró conocimientos y habilidades para responder a sus preguntas o resolver problemas?	20,85	56,976	,662	,858	,916
¿Recibió usted con regularidad su pedido de comida tal y como lo solicitó en el Restaurante Playa Bonita SAC?	21,05	66,050	,245	,614	,930
¿Con qué frecuencia la calidad de los alimentos que recibió en el Restaurante Playa Bonita SAC cumplió con sus expectativas?	20,70	55,168	,848	,956	,906
¿Recibió usted con frecuencia su pedido completo y en las condiciones adecuadas en el Restaurante Playa Bonita SAC?	21,05	61,208	,733	,830	,913
¿Con qué frecuencia las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S? A.C cumplen tus expectativas?	20,75	59,882	,713	,862	,913
¿Las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S? A.C son claras y fáciles de entender?	21,10	58,411	,708	,913	,912
¿Consideras que las ofertas y promociones del Restaurant Playa Bonita S? A.C son atractivas y beneficiosas para ti?	21,65	65,503	,425	,817	,923
¿Has recibido recomendaciones de amigos o familiares para visitar el restaurante Playa Bonita?	21,15	58,345	,865	,915	,907

¿Las opiniones de otros clientes han influido en tu decisión de visitar el restaurante Playa Bonita?	21,20	61,326	,664	,897	,915
¿Consideras que el restaurante Playa Bonita cumple con las expectativas que has creado en base a las opiniones de otros clientes?	21,15	59,608	,759	,913	,911

ANEXO N°6

Base de datos de la aplicación total de la población o muestra

CALIDAD DE SERVICIO																										
Nº	CONFIABILIDAD				D1	CAPACIDAD DE RESPUESTA				D2	SEGURIDAD				D3	EMPATIA				D4	TANGIBILIDAD				D5	V1
	P1	P2	P3	P4		P5	P6	P7	P8		P9	P10	P11	P12		P13	P14	P15	P16		P17	P18	P19	P20		
1	4	2	3	2	11	3	2	3	4	12	1	3	1	1	6	3	1	3	2	9	4	4	3	5	16	54
2	4	1	5	2	12	1	5	1	3	10	4	4	5	4	17	1	1	1	3	6	2	3	2	5	12	57
3	3	4	5	2	14	5	5	1	4	15	1	3	1	1	6	3	1	3	5	12	4	4	2	3	13	60
4	5	5	2	2	14	5	4	3	2	14	2	4	4	5	15	1	5	2	4	12	1	2	3	2	8	63
5	4	2	3	5	14	5	3	5	5	18	1	3	2	2	8	2	1	4	5	12	4	5	2	2	13	65
6	3	2	2	4	11	5	5	2	2	14	1	3	4	3	11	5	4	5	4	18	1	4	3	2	10	64
7	1	2	2	5	10	5	5	1	5	16	2	5	3	2	12	1	5	3	5	14	4	2	1	4	11	63
8	4	4	3	2	13	1	5	2	3	11	1	5	1	3	10	4	4	2	2	12	2	5	4	1	12	58
9	2	2	2	1	7	5	3	3	5	16	5	1	5	5	16	2	2	4	1	9	4	5	1	5	15	63
10	4	3	2	5	14	3	2	2	3	10	5	2	2	3	12	5	2	1	2	10	1	2	3	1	7	53
11	2	2	1	3	8	3	3	2	2	10	1	2	1	2	6	5	5	4	5	19	2	1	3	4	10	53
12	3	2	2	3	10	2	3	4	5	14	4	5	5	2	16	4	5	3	3	15	3	5	2	1	11	66
13	1	3	4	5	13	3	2	5	2	12	5	2	3	4	14	3	4	5	1	13	5	5	5	4	19	71
14	4	3	5	5	17	4	4	4	5	17	1	5	4	4	14	5	4	4	1	14	5	1	3	1	10	72
15	3	5	3	4	15	4	4	5	5	18	4	1	1	4	10	2	4	5	3	14	4	2	3	3	12	69
16	5	2	5	1	13	3	4	3	5	15	3	5	5	2	15	4	3	2	3	12	4	3	5	1	13	68
17	5	1	4	2	12	2	2	1	4	9	3	1	1	5	10	5	4	5	1	15	3	4	1	4	12	58
18	3	4	5	4	16	2	1	5	3	11	5	2	5	1	13	4	3	5	2	14	5	2	4	4	15	69

19	4	1	2	2	9	3	4	1	5	13	5	4	1	5	15	3	2	3	2	10	5	3	1	5	14	61
20	5	4	1	5	15	2	2	1	5	10	2	2	3	2	9	3	2	4	3	12	4	4	2	4	14	60
21	2	5	2	2	11	4	3	4	2	13	2	5	2	2	11	5	4	4	3	16	2	4	2	3	11	62
22	3	1	4	4	12	3	1	5	2	11	1	1	1	4	7	1	5	1	2	9	4	3	5	2	14	53
23	4	1	1	2	8	3	1	5	5	14	3	2	1	4	10	2	5	1	1	9	2	1	3	4	10	51
24	2	2	1	1	6	2	4	5	5	16	2	5	3	5	15	2	4	4	1	11	2	3	2	2	9	57
25	5	4	1	4	14	1	5	1	2	9	1	2	4	2	9	4	2	2	3	11	3	4	3	4	14	57
26	5	2	4	3	14	3	3	3	3	12	5	1	4	4	14	2	4	1	2	9	1	2	2	3	8	57
27	5	4	1	1	11	1	4	4	3	12	4	4	2	3	13	4	1	4	4	13	5	5	1	4	15	64
28	4	5	1	5	15	2	5	5	2	14	2	2	1	1	6	4	1	2	3	10	1	1	1	4	7	52
29	3	5	2	4	14	3	2	2	5	12	4	2	2	1	9	1	5	3	4	13	5	4	2	4	15	63
30	1	4	4	2	11	3	4	1	2	10	4	5	1	5	15	4	3	3	3	13	5	2	4	4	15	64
31	4	4	5	4	17	3	4	1	3	11	2	2	3	1	8	3	3	1	2	9	3	1	1	5	10	55
32	3	2	2	2	9	2	2	1	3	8	1	1	4	2	8	4	2	4	3	13	1	3	1	5	10	48
33	3	3	4	5	15	1	4	5	2	12	1	2	5	2	10	1	1	3	4	9	5	3	5	4	17	63
34	2	4	1	3	10	3	1	4	5	13	4	2	4	1	11	3	1	5	3	12	4	5	3	1	13	59
35	1	5	5	2	13	5	2	1	3	11	1	5	2	4	12	2	4	1	1	8	5	4	4	2	15	59
36	2	2	3	3	10	4	5	5	1	15	1	2	2	1	6	2	1	1	5	9	3	4	1	3	11	51
37	1	5	4	1	11	2	2	3	1	8	1	1	1	5	8	2	2	3	2	9	4	3	3	3	13	49
38	5	4	1	2	12	4	5	1	1	11	4	2	1	4	11	1	1	5	2	9	3	3	4	2	12	55
39	3	5	2	1	11	5	4	4	4	17	3	3	4	5	15	5	2	5	2	14	3	1	1	5	10	67
40	5	1	3	5	14	2	1	3	5	11	1	5	2	2	10	1	3	4	2	10	1	3	2	3	9	54
41	4	4	2	1	11	1	2	2	5	10	2	5	3	3	13	4	2	2	4	12	1	1	5	4	11	57
42	2	1	4	3	10	5	1	1	4	11	4	3	1	3	11	4	2	4	2	12	5	4	3	3	15	59
43	3	2	3	5	13	1	1	5	3	10	5	1	1	3	10	5	3	4	4	16	2	3	3	1	9	58
44	1	1	4	3	9	1	2	1	5	9	2	2	2	2	8	5	2	3	3	13	1	3	5	5	14	53
45	1	5	2	5	13	1	4	3	2	10	1	4	5	1	11	4	5	3	1	13	3	3	1	1	8	55
46	4	5	4	5	18	3	1	5	1	10	3	3	1	2	9	4	3	2	5	14	2	4	3	4	13	64
47	3	1	1	2	7	4	2	2	1	9	5	2	4	1	12	3	5	1	2	11	4	3	2	1	10	49

48	1	1	5	2	9	4	4	3	2	13	4	1	4	4	13	3	1	2	2	8	4	1	1	2	8	51
49	4	2	4	2	12	2	5	1	2	10	5	4	2	1	12	4	1	1	3	9	2	1	4	2	9	52
50	2	5	2	5	14	3	1	1	3	8	5	4	3	5	17	2	2	4	1	9	3	4	4	2	13	61
51	4	1	2	4	11	2	2	3	1	8	3	4	1	5	13	2	3	5	2	12	4	3	1	4	12	56
52	4	1	3	3	11	1	2	1	5	9	1	5	2	4	12	3	3	1	2	9	3	5	5	5	18	59
53	3	2	2	5	12	4	3	5	2	14	5	2	4	2	13	3	2	4	5	14	4	5	3	3	15	68
54	3	5	3	5	16	4	1	5	2	12	3	1	3	3	10	2	3	3	3	11	4	4	4	2	14	63
55	5	2	4	3	14	4	5	4	4	17	1	3	3	4	11	1	1	5	3	10	2	3	4	1	10	62
56	2	2	5	4	13	1	5	3	3	12	4	4	3	1	12	1	3	4	4	12	2	5	3	2	12	61
57	4	1	1	3	9	1	2	2	4	9	4	5	4	2	15	3	3	3	5	14	3	3	2	5	13	60
58	3	4	3	4	14	3	4	3	1	11	2	2	5	2	11	5	5	4	2	16	4	4	3	5	16	68
59	3	2	3	1	9	4	4	3	5	16	2	1	2	2	7	5	5	1	2	13	1	3	5	4	13	58
60	5	5	3	5	18	2	4	2	5	13	4	4	4	4	16	2	1	3	5	11	4	4	3	1	12	70
61	4	1	4	1	10	4	2	1	3	10	3	4	4	3	14	4	2	4	3	13	4	4	5	5	18	65
62	4	4	2	5	15	2	1	3	4	10	4	4	4	1	13	1	3	1	1	6	4	5	2	1	12	56
63	1	3	5	1	10	1	2	2	4	9	3	3	2	4	12	1	3	1	5	10	1	3	2	4	10	51
64	3	3	3	5	14	2	5	1	4	12	4	4	3	2	13	5	1	1	1	8	2	1	3	3	9	56
65	4	3	3	3	13	5	5	4	1	15	3	1	4	1	9	2	1	1	1	5	5	2	2	4	13	55
66	5	4	2	4	15	5	4	2	5	16	4	1	1	2	8	2	2	5	4	13	5	1	4	4	14	66
67	3	5	1	1	10	4	2	4	1	11	2	5	1	4	12	5	3	3	4	15	2	2	5	4	13	61
68	3	2	1	3	9	2	3	3	2	10	2	4	2	1	9	3	2	1	3	9	3	2	4	2	11	48
69	1	5	5	4	15	1	4	2	3	10	2	1	2	4	9	5	3	3	2	13	3	2	2	4	11	58
70	5	1	1	2	9	4	3	3	3	13	4	4	5	5	18	3	1	5	5	14	4	3	2	4	13	67
71	4	2	5	1	12	5	5	3	4	17	3	3	1	1	8	2	2	5	4	13	1	5	5	5	16	66
72	3	3	3	5	14	1	3	2	3	9	4	2	3	4	13	5	1	4	3	13	1	3	1	4	9	58
73	2	4	5	3	14	2	4	4	4	14	1	4	5	4	14	1	5	1	5	12	3	3	5	4	15	69
74	1	3	2	2	8	3	3	5	1	12	5	5	3	1	14	2	5	3	3	13	1	1	4	1	7	54
75	5	4	2	5	16	5	2	5	2	14	4	1	2	3	10	2	4	5	2	13	1	2	5	5	13	66
76	1	3	5	3	12	3	4	4	2	13	2	4	1	5	12	3	2	5	4	14	5	4	2	2	13	64

77	3	1	3	3	10	5	1	5	5	16	2	1	5	5	13	5	4	4	2	15	1	5	3	3	12	66
78	5	1	5	1	12	5	3	3	1	12	1	2	5	2	10	1	3	3	2	9	1	1	3	2	7	50
79	5	5	3	5	18	4	1	2	3	10	4	5	2	3	14	4	5	1	5	15	3	4	4	2	13	70
80	1	3	1	5	10	5	3	1	1	10	4	2	2	2	10	5	4	3	4	16	5	1	2	5	13	59
81	1	2	3	4	10	3	5	4	3	15	1	3	1	3	8	4	4	3	1	12	4	5	2	2	13	58
82	4	2	1	4	11	3	2	2	3	10	2	4	3	2	11	5	5	4	3	17	5	1	4	3	13	62
83	2	5	2	5	14	5	1	5	4	15	5	1	4	5	15	3	2	5	1	11	3	5	3	1	12	67
84	4	3	2	4	13	5	3	4	2	14	2	4	5	5	16	4	5	2	1	12	4	1	2	4	11	66
85	2	1	1	2	6	3	5	1	5	14	3	4	1	3	11	1	1	2	4	8	4	4	4	3	15	54
86	3	2	4	4	13	5	1	2	2	10	5	4	4	3	16	5	5	4	5	19	1	2	4	4	11	69
87	2	3	5	1	11	1	3	4	3	11	4	4	2	3	13	3	2	3	2	10	5	2	1	1	9	54
88	5	2	1	3	11	2	1	3	3	9	5	2	5	4	16	1	1	1	1	4	4	5	5	1	15	55
89	4	1	1	5	11	3	2	4	5	14	2	5	5	1	13	2	2	1	3	8	5	1	5	2	13	59
90	2	4	5	1	12	3	4	2	3	12	1	2	3	4	10	4	4	1	1	10	2	5	4	5	16	60
91	1	5	1	4	11	2	4	1	5	12	1	1	2	3	7	3	3	2	2	10	4	3	5	5	17	57
92	3	1	4	2	10	3	2	1	4	10	3	2	5	2	12	2	2	2	3	9	3	2	1	2	8	49
93	2	3	5	4	14	4	1	2	1	8	4	5	3	1	13	3	3	2	5	13	1	5	2	1	9	57
94	4	2	1	2	9	5	3	2	2	12	2	2	4	1	9	4	4	4	4	16	5	5	1	5	16	62
95	5	4	4	4	17	5	1	1	1	8	4	2	2	1	9	4	2	4	4	14	2	2	5	5	14	62
96	3	5	1	1	10	3	5	5	5	18	3	1	1	4	9	3	4	2	2	11	1	2	5	5	13	61
97	3	2	4	5	14	2	2	5	1	10	5	5	3	2	15	1	5	2	1	9	5	1	4	4	14	62
98	5	5	4	2	16	5	2	5	3	15	2	2	4	1	9	4	3	1	5	13	3	2	5	4	14	67
99	3	5	4	1	13	4	4	5	5	18	4	4	3	2	13	4	3	1	3	11	3	2	5	1	11	66
100	2	3	3	5	13	2	2	3	3	10	1	1	3	5	10	5	5	4	2	16	1	4	5	4	14	63
101	5	4	1	5	15	2	1	5	5	13	5	1	3	2	11	1	5	1	1	8	2	1	2	2	7	54
102	1	1	4	1	7	5	2	1	5	13	5	3	2	1	11	3	4	2	3	12	3	3	2	1	9	52
103	2	3	3	5	13	5	1	4	5	15	1	4	2	2	9	5	3	4	2	14	2	3	4	4	13	64
104	1	3	1	5	10	2	4	1	2	9	1	4	5	2	12	3	5	2	3	13	4	3	3	1	11	55
105	5	2	1	1	9	1	3	1	4	9	2	3	5	3	13	4	3	3	4	14	5	4	1	2	12	57

106	5	2	2	4	13	5	2	5	2	14	2	5	1	5	13	1	3	2	2	8	2	5	5	4	16	64
107	2	2	3	1	8	5	1	2	4	12	4	5	1	5	15	1	2	2	4	9	5	5	2	3	15	59
108	2	5	5	5	17	2	3	5	1	11	2	4	2	5	13	2	5	2	1	10	3	2	5	1	11	62
109	5	4	5	1	15	3	4	5	1	13	4	3	1	3	11	5	4	3	2	14	2	5	3	3	13	66
110	2	4	2	5	13	5	3	3	5	16	1	5	2	5	13	5	1	4	5	15	5	4	4	1	14	71
111	2	2	5	4	13	3	4	3	4	14	2	2	4	3	11	3	2	4	1	10	5	1	2	4	12	60
112	2	4	1	1	8	1	4	4	4	13	5	5	4	4	18	2	1	4	4	11	1	4	5	5	15	65
113	5	3	1	3	12	1	1	3	3	8	2	5	5	3	15	1	5	3	1	10	3	2	1	4	10	55
114	1	5	4	2	12	2	5	4	4	15	1	5	5	1	12	1	5	5	1	12	4	5	1	5	15	66
115	3	4	3	3	13	4	1	4	5	14	4	4	2	2	12	2	5	4	3	14	5	3	2	2	12	65
116	5	4	5	5	19	5	1	4	4	14	1	1	1	5	8	3	4	2	5	14	2	1	4	3	10	65
117	1	4	2	5	12	2	5	5	3	15	4	2	3	3	12	4	5	4	2	15	1	4	2	3	10	64
118	5	2	4	4	15	2	5	4	5	16	3	1	3	5	12	1	1	3	4	9	2	1	3	1	7	59
119	4	1	3	1	9	4	1	1	1	7	5	2	2	3	12	2	5	3	5	15	4	5	2	5	16	59
120	5	3	4	5	17	1	3	5	5	14	2	1	4	3	10	5	3	1	1	10	5	5	3	4	17	68
121	1	1	1	3	6	5	3	1	1	10	4	5	5	5	19	2	5	2	2	11	5	1	1	3	10	56
122	5	3	3	5	16	5	5	1	2	13	1	1	1	2	5	2	3	4	2	11	1	4	5	4	14	59
123	4	5	2	5	16	4	3	3	2	12	3	3	5	5	16	5	2	3	2	12	4	4	5	4	17	73
124	2	3	2	1	8	2	4	1	5	12	1	3	2	5	11	5	2	1	5	13	5	4	5	4	18	62
125	2	1	4	3	10	3	2	3	3	11	5	5	5	1	16	5	3	3	4	15	4	4	3	2	13	65
126	2	4	3	5	14	2	3	5	3	13	3	5	1	5	14	3	5	1	3	12	3	5	3	3	14	67
127	4	3	1	4	12	3	3	1	5	12	3	4	3	5	15	5	5	1	4	15	1	5	5	5	16	70
128	2	1	2	5	10	5	3	1	2	11	2	2	3	5	12	2	5	4	3	14	3	2	4	5	14	61
129	1	2	5	3	11	4	1	4	3	12	3	3	2	2	10	5	4	5	5	19	1	4	1	4	10	62
130	5	3	2	4	14	3	3	1	1	8	5	3	3	2	13	3	4	2	5	14	5	5	2	3	15	64
131	1	3	3	1	8	3	5	4	5	17	1	2	5	1	9	3	2	3	2	10	4	3	3	5	15	59
132	5	4	2	1	12	4	5	2	4	15	3	1	3	4	11	5	4	1	3	13	2	5	1	1	9	60
133	4	1	5	1	11	4	3	4	5	16	4	3	3	4	14	5	4	3	3	15	2	1	5	4	12	68
134	1	4	4	2	11	1	2	2	5	10	5	4	5	5	19	3	5	1	2	11	2	5	1	5	13	64

135	4	5	2	3	14	2	4	1	2	9	3	4	3	1	11	2	1	1	4	8	2	4	3	2	11	53
136	4	4	1	4	13	5	1	3	1	10	1	1	5	2	9	2	1	4	2	9	4	5	3	3	15	56
137	3	2	1	1	7	5	2	1	4	12	1	2	3	3	9	2	1	3	2	8	3	4	5	3	15	51
138	5	1	3	3	12	5	5	3	4	17	1	5	3	5	14	1	4	1	5	11	2	2	4	5	13	67
139	2	4	2	1	9	1	3	1	1	6	3	4	4	4	15	5	5	3	5	18	5	3	5	5	18	66
140	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	2	4	5	15	2	2	4	3	11	1	1	5	1	8	68
141	1	2	4	3	10	5	2	4	4	15	2	1	1	5	9	2	5	1	1	9	4	1	3	2	10	53
142	5	2	3	4	14	4	2	5	3	14	5	1	4	3	13	4	3	1	5	13	3	3	1	3	10	64
143	5	2	3	4	14	2	2	4	3	11	5	5	3	1	14	5	4	2	4	15	2	4	4	2	12	66
144	1	3	2	4	10	3	3	4	3	13	1	4	2	3	10	5	3	2	2	12	1	3	3	1	8	53
145	4	3	4	2	13	4	2	5	1	12	1	1	4	5	11	5	5	1	5	16	5	1	4	1	11	63
146	3	4	4	3	14	2	1	1	2	6	2	4	3	1	10	3	5	5	4	17	4	2	2	3	11	58
147	4	1	4	4	13	4	3	2	1	10	5	2	4	5	16	3	3	4	3	13	5	3	5	2	15	67
148	3	1	3	5	12	4	1	4	3	12	3	1	5	1	10	3	5	5	3	16	5	3	4	1	13	63
149	1	5	5	2	13	2	4	1	3	10	1	4	3	3	11	3	1	3	1	8	1	5	3	5	14	56
150	3	3	2	5	13	1	5	2	3	11	1	2	3	2	8	1	2	4	3	10	1	1	3	4	9	51
151	2	1	2	5	10	4	5	4	2	15	3	4	3	3	13	4	2	4	2	12	4	2	3	3	12	62
152	4	5	1	4	14	1	4	3	3	11	1	3	2	1	7	3	1	1	3	8	2	5	2	4	13	53
153	1	4	3	1	9	5	3	1	3	12	1	3	2	3	9	2	5	3	4	14	4	1	1	3	9	53
154	5	4	5	1	15	2	5	3	1	11	5	4	2	3	14	1	3	4	3	11	5	2	1	1	9	60
155	3	2	3	1	9	2	1	1	2	6	4	3	2	3	12	2	5	2	3	12	3	5	1	4	13	52
156	3	2	3	3	11	5	3	2	2	12	4	2	4	1	11	4	4	4	3	15	4	4	1	1	10	59
157	5	4	1	1	11	5	5	4	3	17	3	1	4	2	10	4	1	1	4	10	3	2	4	4	13	61
158	3	5	4	3	15	2	4	1	3	10	2	3	4	2	11	5	1	3	1	10	1	2	4	1	8	54
159	1	4	3	3	11	4	1	1	5	11	4	2	1	1	8	3	5	5	1	14	1	1	1	1	4	48
160	2	5	1	2	10	3	1	2	4	10	4	1	4	4	13	5	3	5	5	18	2	3	4	1	10	61
161	1	5	5	1	12	1	2	4	5	12	1	1	4	3	9	2	3	3	5	13	3	4	1	5	13	59
162	4	2	2	4	12	1	5	5	4	15	5	3	2	1	11	4	1	2	1	8	3	1	4	3	11	57
163	4	1	3	3	11	3	2	2	4	11	5	2	3	2	12	5	1	3	3	12	3	2	2	3	10	56

164	1	5	5	3	14	1	3	4	3	11	1	4	4	2	11	2	4	3	3	12	5	1	1	2	9	57
165	2	4	1	1	8	1	4	2	3	10	1	5	5	2	13	1	3	2	3	9	4	5	1	2	12	52
166	5	3	3	5	16	3	1	3	4	11	5	3	2	4	14	1	1	3	4	9	2	4	5	5	16	66
167	2	4	2	2	10	2	1	5	4	12	1	4	4	4	13	3	4	4	2	13	5	4	1	2	12	60
168	1	5	4	4	14	5	5	2	3	15	1	2	4	3	10	3	1	5	2	11	3	5	1	2	11	61
169	2	5	4	5	16	5	4	3	5	17	4	3	5	4	16	3	1	3	1	8	3	5	1	2	11	68
170	3	2	2	5	12	4	5	1	5	15	1	1	4	5	11	1	4	2	4	11	2	5	3	5	15	64
171	4	1	4	5	14	3	5	5	3	16	5	5	2	4	16	3	2	1	1	7	5	5	5	3	18	71
172	3	5	2	5	15	1	5	2	5	13	5	1	3	1	10	5	3	2	5	15	5	2	5	3	15	68
173	4	4	1	4	13	1	3	5	2	11	1	5	4	3	13	5	4	4	1	14	2	1	3	3	9	60
174	1	3	2	4	10	1	1	2	5	9	5	2	4	2	13	1	2	3	2	8	3	3	3	2	11	51
175	2	4	1	4	11	3	5	1	2	11	5	3	4	5	17	1	4	1	5	11	2	2	3	2	9	59
176	3	4	3	3	13	2	3	4	2	11	3	4	2	3	12	4	1	1	5	11	5	5	2	2	14	61
177	2	2	2	2	8	1	5	1	2	9	3	1	5	2	11	4	4	4	3	15	4	4	5	3	16	59
178	5	4	1	1	11	1	1	5	5	12	3	4	1	2	10	2	1	3	1	7	2	4	5	5	16	56
179	2	5	1	1	9	3	4	3	1	11	1	1	4	5	11	5	1	4	3	13	4	3	5	1	13	57
180	2	3	1	3	9	4	5	3	3	15	5	3	4	2	14	4	5	4	2	15	3	2	3	4	12	65
181	3	1	5	5	14	5	4	1	1	11	4	4	2	2	12	3	1	2	3	9	1	5	4	5	15	61
182	2	4	4	2	12	2	1	5	2	10	5	5	4	1	15	2	1	2	1	6	1	1	1	4	7	50
183	2	5	1	5	13	1	2	4	1	8	1	1	3	2	7	3	3	4	5	15	5	3	1	3	12	55
184	5	1	5	4	15	4	1	4	5	14	1	4	2	5	12	3	1	3	4	11	4	1	1	4	10	62
185	5	5	3	5	18	1	5	5	3	14	1	3	4	2	10	4	5	2	2	13	3	3	1	3	10	65
186	3	2	4	3	12	2	4	4	2	12	5	2	1	4	12	4	4	2	1	11	2	1	2	1	6	53
187	3	5	2	4	14	2	3	5	5	15	3	4	3	3	13	1	3	5	1	10	5	4	3	2	14	66
188	5	3	4	5	17	4	2	2	3	11	5	2	1	5	13	1	3	5	5	14	3	5	4	2	14	69
189	1	2	2	4	9	3	5	2	1	11	1	5	5	5	16	1	4	1	5	11	1	2	2	1	6	53
190	4	3	4	1	12	1	4	2	5	12	5	4	1	1	11	1	5	5	5	16	5	2	5	3	15	66
191	3	5	5	1	14	5	5	5	5	20	5	5	2	3	15	4	5	1	4	14	4	4	2	1	11	74
192	4	1	5	4	14	3	2	4	1	10	4	4	3	4	15	1	2	2	3	8	3	5	3	1	12	59

193	3	2	2	1	8	3	5	5	1	14	5	1	3	4	13	2	4	1	1	8	3	5	2	2	12	55
194	3	1	2	1	7	4	4	4	4	16	3	5	4	2	14	4	3	1	2	10	4	1	3	5	13	60
195	4	4	1	4	13	1	2	5	3	11	4	3	5	2	14	5	2	5	1	13	2	3	1	3	9	60
196	1	5	3	5	14	1	3	3	3	10	3	2	5	1	11	5	3	2	3	13	4	2	5	1	12	60
197	1	1	1	2	5	4	5	5	4	18	4	4	4	1	13	5	5	4	5	19	3	3	5	5	16	71
198	4	2	3	3	12	1	3	1	1	6	4	3	3	3	13	1	4	5	1	11	4	3	1	3	11	53
199	2	4	4	1	11	4	4	3	5	16	5	5	3	4	17	2	3	3	5	13	3	3	3	5	14	71
200	4	3	3	2	12	5	4	5	2	16	2	3	5	4	14	5	1	4	4	14	1	5	4	2	12	68
201	1	4	1	5	11	3	1	3	4	11	4	4	1	1	10	3	3	3	2	11	5	1	3	2	11	54
202	2	3	1	2	8	5	3	1	1	10	2	5	4	1	12	1	4	5	5	15	2	3	4	3	12	57
203	4	5	3	4	16	2	3	3	2	10	1	3	4	5	13	3	5	1	4	13	2	2	3	3	10	62
204	2	4	1	1	8	3	2	4	2	11	4	1	1	3	9	5	2	4	4	15	3	1	4	4	12	55
205	2	5	3	5	15	2	1	2	5	10	2	1	1	2	6	4	3	2	4	13	1	5	3	3	12	56
206	5	1	2	4	12	5	4	3	2	14	1	5	3	3	12	4	4	1	5	14	2	5	4	5	16	68
207	4	2	4	1	11	5	5	2	4	16	5	3	1	5	14	5	1	3	3	12	1	3	5	1	10	63
208	3	4	4	1	12	4	3	5	5	17	5	2	3	3	13	4	4	2	4	14	1	1	1	1	4	60
209	4	1	3	3	11	3	1	4	1	9	3	5	1	5	14	5	3	5	1	14	2	4	4	1	11	59
210	1	5	1	2	9	1	3	5	3	12	1	1	4	5	11	1	4	5	1	11	1	5	4	1	11	54
211	5	5	2	1	13	1	5	5	3	14	1	3	1	3	8	3	2	3	1	9	3	3	2	3	11	55
212	1	4	4	4	13	1	4	2	5	12	3	3	3	3	12	3	4	4	3	14	4	1	1	5	11	62
213	1	4	3	4	12	1	4	5	3	13	2	5	1	1	9	3	4	3	2	12	5	2	4	2	13	59
214	2	5	1	3	11	2	5	4	5	16	5	3	3	1	12	5	3	3	5	16	5	5	4	3	17	72
215	5	1	5	4	15	4	4	2	5	15	5	4	2	5	16	3	3	5	2	13	5	5	4	3	17	76
216	1	3	4	2	10	3	1	3	3	10	4	5	2	2	13	3	1	3	3	10	3	1	1	4	9	52
217	1	4	2	2	9	5	3	4	4	16	5	1	4	5	15	4	5	5	4	18	4	4	1	4	13	71
218	5	1	1	4	11	2	2	1	4	9	5	1	1	3	10	4	2	3	5	14	3	1	3	2	9	53
219	3	1	1	2	7	4	4	1	2	11	2	1	2	1	6	1	4	1	1	7	5	5	1	2	13	44
220	2	2	1	4	9	4	2	1	1	8	4	4	4	4	16	4	5	1	5	15	5	3	4	1	13	61
221	1	2	2	1	6	3	2	5	5	15	4	1	3	1	9	2	5	4	5	16	5	1	4	4	14	60

222	4	3	1	3	11	5	4	1	5	15	3	3	2	5	13	4	1	1	4	10	5	5	1	3	14	63
223	5	2	1	1	9	2	3	4	1	10	5	5	3	4	17	3	4	1	4	12	3	2	2	1	8	56
224	3	5	5	5	18	1	5	2	2	10	4	4	4	4	16	4	3	4	5	16	3	5	2	5	15	75
225	2	3	5	1	11	2	4	4	4	14	2	5	2	5	14	2	2	3	1	8	1	5	4	1	11	58
226	1	1	5	4	11	1	3	3	2	9	5	1	3	3	12	3	1	2	5	11	3	1	2	5	11	54
227	4	2	3	3	12	5	3	2	5	15	4	3	3	3	13	4	4	1	1	10	1	3	4	3	11	61
228	2	4	2	1	9	3	3	4	4	14	4	3	1	1	9	1	3	1	5	10	3	2	5	5	15	57
229	2	5	2	2	11	4	1	3	2	10	5	5	3	3	16	3	1	2	1	7	2	5	3	4	14	58
230	5	2	2	4	13	4	1	5	2	12	3	1	1	1	6	5	3	5	5	18	4	2	3	5	14	63
231	3	1	5	5	14	3	1	3	4	11	4	5	4	5	18	2	5	5	3	15	5	3	3	3	14	72
232	2	3	4	2	11	3	1	4	2	10	5	1	5	1	12	5	2	1	3	11	1	3	2	3	9	53
233	3	1	2	4	10	5	2	3	3	13	3	5	5	3	16	5	3	2	4	14	3	3	2	5	13	66
234	3	3	4	1	11	3	3	5	3	14	5	4	4	4	17	2	1	1	3	7	2	2	2	2	8	57
235	2	4	5	2	13	2	5	3	4	14	5	2	5	4	16	5	2	1	1	9	5	1	4	4	14	66
236	5	1	3	3	12	2	1	2	4	9	3	4	3	5	15	1	3	1	4	9	5	1	5	4	15	60
237	2	4	4	5	15	4	3	5	5	17	4	1	2	5	12	5	2	2	4	13	5	5	2	3	15	72
238	4	1	5	4	14	1	1	1	3	6	2	4	3	1	10	4	5	1	5	15	3	1	3	3	10	55
239	3	3	3	3	12	2	5	4	1	12	5	4	2	2	13	1	5	5	3	14	1	3	3	5	12	63
240	2	4	2	4	12	5	5	2	1	13	3	4	3	4	14	1	3	4	2	10	3	4	4	2	13	62
241	2	3	5	4	14	4	3	4	2	13	5	3	1	1	10	5	4	5	1	15	3	3	3	3	12	64
242	3	5	5	5	18	1	3	4	2	10	3	4	4	1	12	5	3	1	1	10	5	4	5	1	15	65
243	2	1	5	1	9	3	4	3	1	11	4	5	1	4	14	4	5	1	5	15	3	3	3	1	10	59
244	3	1	2	4	10	1	4	1	4	10	4	3	3	1	11	5	3	5	5	18	1	3	4	3	11	60
245	5	4	4	2	15	2	4	5	3	14	2	4	3	5	14	2	4	2	4	12	4	1	5	3	13	68
246	1	4	4	4	13	1	2	1	4	8	3	1	5	1	10	1	4	1	3	9	4	5	4	2	15	55
247	2	4	5	2	13	4	3	4	5	16	2	2	1	2	7	3	3	1	3	10	2	1	1	3	7	53
248	4	3	4	1	12	2	4	2	2	10	4	5	5	2	16	5	3	4	2	14	3	2	3	1	9	61
249	3	4	2	5	14	4	5	4	4	17	1	1	5	5	12	2	2	4	3	11	2	1	3	1	7	61
250	2	3	3	5	13	1	5	2	4	12	3	1	5	3	12	3	4	5	3	15	5	2	2	3	12	64

251	4	1	1	4	10	1	5	2	5	13	4	1	2	2	9	3	2	1	1	7	5	5	3	2	15	54
252	4	4	4	5	17	3	1	2	5	11	1	4	3	4	12	2	3	2	5	12	5	2	2	3	12	64
253	5	4	1	3	13	4	5	4	5	18	4	1	1	5	11	1	3	3	1	8	2	4	2	2	10	60
254	3	2	2	1	8	2	5	3	5	15	3	5	3	1	12	4	4	4	2	14	4	3	2	3	12	61
255	1	4	4	5	14	5	5	5	2	17	1	3	4	3	11	5	2	5	5	17	4	2	4	3	13	72
256	3	4	1	1	9	4	1	1	1	7	1	1	2	4	8	5	3	4	4	16	5	3	1	3	12	52
257	5	4	4	2	15	2	2	1	4	9	5	3	4	4	16	2	5	5	3	15	3	4	2	5	14	69
258	1	4	3	3	11	4	2	3	5	14	5	3	2	5	15	2	1	5	4	12	5	2	3	4	14	66
259	2	1	5	1	9	5	3	1	5	14	1	5	1	1	8	2	4	5	5	16	5	2	3	2	12	59
260	2	5	4	3	14	3	2	4	1	10	2	2	2	4	10	4	3	1	4	12	3	1	1	3	8	54
261	5	1	2	4	12	2	4	2	2	10	2	2	3	4	11	1	5	4	3	13	5	1	5	1	12	58
262	4	2	2	2	10	1	3	3	3	10	4	5	5	1	15	2	1	5	3	11	2	1	3	1	7	53
263	1	3	2	3	9	3	3	2	1	9	3	1	2	5	11	4	1	3	1	9	2	4	1	4	11	49
264	3	1	2	3	9	4	3	3	1	11	1	1	4	3	9	3	5	4	3	15	2	3	4	5	14	58
265	2	4	2	2	10	2	2	4	5	13	5	1	2	3	11	2	2	3	4	11	4	1	5	2	12	57
266	3	2	2	5	12	2	1	3	1	7	3	2	2	3	10	1	4	3	3	11	1	3	1	3	8	48
267	2	1	5	3	11	5	1	4	4	14	5	1	4	4	14	2	5	2	4	13	2	5	5	1	13	65
268	4	3	1	5	13	2	1	1	2	6	4	1	5	5	15	2	1	4	5	12	4	5	4	1	14	60
269	3	5	2	3	13	3	1	5	5	14	3	3	5	1	12	3	3	2	1	9	2	1	3	5	11	59
270	5	5	2	5	17	1	4	4	3	12	1	3	3	2	9	3	3	2	3	11	3	4	3	5	15	64
271	2	5	5	3	15	3	1	5	4	13	5	5	4	2	16	1	2	4	2	9	1	4	2	2	9	62
272	1	1	3	5	10	4	4	3	5	16	2	1	1	1	5	4	5	1	4	14	1	5	2	2	10	55
273	5	5	3	4	17	4	1	2	3	10	5	2	5	4	16	1	5	5	3	14	5	5	5	4	19	76
274	1	1	1	1	4	5	4	4	1	14	2	4	5	5	16	4	5	4	2	15	1	5	5	1	12	61
275	3	3	4	2	12	4	4	3	5	16	4	1	3	3	11	3	2	2	1	8	1	5	3	2	11	58
276	1	5	4	5	15	5	4	3	1	13	2	5	2	2	11	4	5	5	2	16	5	1	5	2	13	68
277	2	3	5	1	11	2	5	3	3	13	5	3	5	2	15	3	1	1	3	8	5	5	2	3	15	62
278	3	2	3	5	13	3	1	3	5	12	2	1	3	5	11	1	4	2	3	10	2	4	1	5	12	58
279	3	2	5	1	11	2	4	5	5	16	4	5	4	3	16	2	4	3	5	14	1	4	3	4	12	69

280	3	1	5	1	10	3	3	1	3	10	3	3	5	1	12	5	5	4	2	16	5	2	1	4	12	60
281	2	3	4	5	14	4	3	5	4	16	2	4	1	4	11	3	5	2	2	12	5	2	4	1	12	65
282	4	1	1	5	11	5	1	3	3	12	1	4	3	1	9	1	5	1	2	9	1	3	5	4	13	54
283	3	3	5	2	13	1	1	1	3	6	2	1	2	1	6	5	1	4	5	15	5	1	4	5	15	55
284	1	3	5	4	13	4	4	4	1	13	5	4	1	5	15	3	1	4	3	11	1	3	4	2	10	62
285	4	4	3	3	14	2	5	3	5	15	1	4	1	1	7	4	3	2	5	14	5	1	2	5	13	63
286	1	3	5	1	10	2	4	3	5	14	1	3	4	4	12	4	3	4	1	12	2	2	3	4	11	59
287	3	1	5	3	12	5	5	4	3	17	3	4	1	5	13	5	2	4	4	15	3	4	5	5	17	74
288	2	4	4	2	12	4	4	1	5	14	3	1	4	3	11	1	3	5	3	12	4	5	4	4	17	66
289	3	5	1	5	14	3	3	4	3	13	4	1	5	5	15	4	1	4	2	11	3	2	3	3	11	64
290	1	2	5	2	10	1	2	1	2	6	5	1	1	4	11	4	5	4	4	17	3	1	5	2	11	55
291	2	2	2	3	9	5	3	3	2	13	1	2	3	5	11	4	4	4	3	15	4	5	1	1	11	59
292	4	5	1	2	12	5	5	3	2	15	2	2	5	4	13	2	3	3	4	12	3	4	3	5	15	67
293	4	1	2	3	10	3	2	2	1	8	4	5	2	5	16	5	4	4	5	18	3	5	4	1	13	65
294	2	1	4	2	9	3	4	3	5	15	1	3	2	1	7	4	4	4	5	17	1	2	4	3	10	58
295	5	5	2	2	14	1	1	5	2	9	2	4	1	1	8	3	2	5	2	12	3	1	4	1	9	52
296	3	4	3	5	15	2	2	3	2	9	5	4	5	2	16	3	1	5	5	14	2	1	3	4	10	64
297	4	1	4	1	10	5	3	1	3	12	1	4	4	1	10	2	1	1	1	5	2	4	3	5	14	51
298	5	5	2	2	14	4	3	1	5	13	2	5	5	4	16	3	3	5	2	13	3	5	4	1	13	69
299	2	5	2	3	12	3	5	1	1	10	2	5	5	1	13	1	1	5	5	12	2	1	2	3	8	55
300	1	2	4	1	8	2	1	3	4	10	2	3	1	4	10	1	1	3	3	8	1	3	2	4	10	46
301	5	5	3	5	18	1	1	1	1	4	5	5	3	3	16	1	3	4	4	12	1	2	4	4	11	61
302	2	5	3	2	12	4	5	2	4	15	3	3	1	2	9	3	5	5	1	14	5	3	2	1	11	61
303	4	5	1	3	13	2	1	3	4	10	2	5	3	3	13	4	1	4	1	10	2	3	4	3	12	58
304	4	2	2	2	10	2	1	3	4	10	2	2	3	4	11	1	4	5	2	12	1	2	2	5	10	53
305	1	4	2	1	8	3	5	2	4	14	5	4	3	5	17	2	3	5	5	15	4	4	5	5	18	72
306	1	5	5	2	13	4	4	5	1	14	1	4	2	3	10	2	5	1	4	12	3	4	4	3	14	63
307	2	4	2	1	9	1	3	1	1	6	2	3	3	3	11	2	1	2	4	9	5	2	1	5	13	48
308	4	1	3	2	10	3	2	4	3	12	2	2	4	3	11	1	4	4	5	14	2	5	4	1	12	59

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE															
Nº	RENDIMIENTO PERCIBIDO						D6	EXPECTATIVAS						D7	V2
	P1	P2	P3	P4	P5	P6		P7	P8	P9	P10	P11	P12		
1	5	5	5	4	3	4	26	2	5	4	3	2	4	20	46
2	3	3	2	1	4	2	15	1	5	4	4	4	5	23	38
3	3	1	3	2	3	3	15	4	1	4	1	4	4	18	33
4	1	1	2	4	1	2	11	1	3	5	1	1	4	15	26
5	2	5	3	1	4	4	19	5	5	5	4	5	3	27	46
6	3	2	5	1	3	2	16	4	4	1	1	4	3	17	33
7	2	3	1	1	3	3	13	5	5	5	1	5	4	25	38
8	3	2	5	4	3	2	19	2	3	2	4	2	2	15	34
9	2	1	1	4	1	2	11	2	3	2	2	1	4	14	25
10	4	3	5	5	3	4	24	1	2	2	1	5	2	13	37
11	1	2	5	3	2	1	14	3	1	4	3	2	5	18	32
12	4	5	5	1	1	2	18	2	4	2	3	2	1	14	32
13	2	4	5	1	2	2	16	1	4	3	5	2	2	17	33
14	4	3	3	1	1	3	15	3	4	1	4	2	2	16	31
15	1	3	5	2	3	3	17	3	5	3	4	5	5	25	42
16	2	1	4	2	3	1	13	5	2	2	3	2	2	16	29
17	2	5	5	2	2	5	21	3	5	4	4	2	4	22	43
18	2	2	5	2	4	2	17	1	3	2	3	1	4	14	31
19	2	4	1	3	4	1	15	1	5	4	4	1	5	20	35
20	4	5	1	1	5	1	17	2	3	1	1	2	1	10	27
21	3	4	1	4	2	2	16	1	1	5	5	1	1	14	30
22	1	4	4	3	1	3	16	1	2	4	5	2	4	18	34
23	5	2	1	1	5	5	19	5	1	2	4	3	1	16	35
24	4	1	2	4	3	5	19	3	4	5	1	5	1	19	38
25	2	4	4	5	4	1	20	4	1	3	4	2	2	16	36
26	3	4	3	5	3	1	19	2	4	4	4	5	5	24	43
27	2	1	4	1	2	5	15	1	5	5	5	5	2	23	38
28	2	5	5	1	3	3	19	3	5	4	5	1	2	20	39
29	3	2	3	2	4	5	19	3	5	1	2	2	2	15	34
30	1	4	1	4	3	5	18	5	5	5	2	2	3	22	40
31	2	1	1	1	2	3	10	3	3	1	4	5	3	19	29
32	4	1	4	4	3	1	17	5	5	4	1	4	1	20	37
33	5	2	3	1	4	3	18	4	4	5	2	1	5	21	39
34	5	1	1	5	2	5	19	2	3	3	4	4	3	19	38
35	5	5	5	4	2	4	25	1	4	5	1	4	5	20	45
36	1	1	3	2	1	3	11	5	4	4	4	1	1	19	30
37	5	2	4	3	1	4	19	2	2	1	3	3	3	14	33
38	4	2	1	2	3	1	13	3	2	5	2	5	4	21	34
39	1	5	3	3	4	1	17	1	3	4	3	4	4	19	36
40	1	3	4	5	2	2	17	4	1	1	3	1	1	11	28

41	3	5	4	2	1	3	18	3	2	5	1	3	1	15	33
42	3	5	1	4	3	1	17	2	3	4	3	5	2	19	36
43	2	1	3	5	5	1	17	4	1	2	1	3	5	16	33
44	1	5	2	4	5	1	18	2	2	5	2	1	1	13	31
45	3	4	2	3	3	1	16	5	3	2	1	1	2	14	30
46	4	1	1	4	3	1	14	4	3	3	5	5	5	25	39
47	3	2	2	1	4	1	13	4	2	5	5	4	1	21	34
48	3	5	2	1	1	4	16	2	1	4	3	4	4	18	34
49	5	2	1	1	5	2	16	4	2	1	4	3	4	18	34
50	4	5	2	4	1	3	19	2	5	1	2	1	2	13	32
51	1	3	3	1	2	3	13	5	5	2	1	1	2	16	29
52	1	1	1	5	3	2	13	5	2	2	1	4	2	16	29
53	5	3	1	4	2	2	17	5	1	5	1	4	3	19	36
54	4	4	3	5	4	5	25	5	2	3	4	3	2	19	44
55	3	4	3	2	4	3	19	1	4	4	5	4	4	22	41
56	4	4	2	4	3	2	19	1	3	2	1	2	3	12	31
57	1	2	2	1	1	5	12	2	4	5	5	4	2	22	34
58	2	1	1	1	2	4	11	5	4	4	1	3	1	18	29
59	1	1	2	1	5	2	12	4	4	3	3	1	4	19	31
60	1	5	4	3	5	5	23	5	3	5	2	2	4	21	44
61	1	3	5	3	1	2	15	1	2	4	1	2	1	11	26
62	5	5	1	5	4	1	21	3	1	3	3	2	1	13	34
63	4	1	2	5	3	2	17	1	4	1	1	2	5	14	31
64	4	2	3	1	4	2	16	2	1	4	5	2	4	18	34
65	5	1	1	1	3	2	13	1	4	5	5	2	2	19	32
66	3	3	4	2	5	2	19	5	4	3	3	2	2	19	38
67	2	5	1	1	5	5	19	1	5	3	5	4	5	23	42
68	3	2	1	1	3	2	12	3	2	5	2	3	5	20	32
69	4	4	2	1	3	2	16	1	1	4	2	3	1	12	28
70	2	4	5	5	1	5	22	1	1	3	5	3	1	14	36
71	2	2	2	4	5	5	20	1	1	3	5	1	3	14	34
72	4	4	3	4	4	2	21	5	4	3	5	3	1	21	42
73	4	3	3	1	2	4	17	3	4	4	1	4	3	19	36
74	3	5	1	5	2	3	19	1	5	3	5	3	3	20	39
75	3	2	1	5	3	1	15	2	1	2	4	4	2	15	30
76	5	3	2	4	3	2	19	1	5	2	1	4	1	14	33
77	2	4	4	5	1	3	19	4	4	2	1	3	2	16	35
78	2	2	1	5	2	4	16	5	1	3	2	2	5	18	34
79	5	5	5	3	5	3	26	5	2	2	1	1	2	13	39
80	1	3	5	4	4	3	20	4	3	4	3	1	4	19	39
81	3	4	4	5	5	2	23	4	2	3	3	1	3	16	39
82	4	1	3	5	4	2	19	1	2	1	4	5	1	14	33
83	5	2	5	5	1	3	21	3	1	2	1	2	2	11	32
84	4	2	4	5	5	1	21	4	3	1	4	1	1	14	35
85	2	5	1	2	3	3	16	4	5	5	4	5	1	24	40
86	3	5	5	2	5	2	22	1	3	2	1	5	2	14	36

87	3	1	1	3	3	2	13	4	1	5	4	2	2	18	31
88	2	4	4	5	2	4	21	4	5	4	3	4	3	23	44
89	2	4	2	1	1	5	15	4	5	5	3	1	1	19	34
90	3	3	1	4	3	2	16	5	3	3	3	3	3	20	36
91	5	1	3	1	3	4	17	3	1	4	5	1	4	18	35
92	2	4	1	3	2	1	13	5	4	4	1	1	3	18	31
93	5	4	4	3	3	5	24	2	2	1	4	4	5	18	42
94	4	4	2	2	3	5	20	3	5	3	1	4	5	21	41
95	1	4	2	3	5	5	20	1	1	1	5	2	4	14	34
96	2	2	4	2	2	1	13	1	5	2	2	3	5	18	31
97	5	5	3	4	4	5	26	5	2	2	4	3	1	17	43
98	4	2	1	2	1	1	11	2	2	3	2	2	3	14	25
99	5	5	1	3	1	5	20	1	1	4	2	3	1	12	32
100	4	1	4	2	2	3	16	1	5	2	1	4	3	16	32
101	4	4	4	1	5	5	23	3	1	5	4	2	5	20	43
102	3	2	4	1	2	2	14	4	2	1	3	1	3	14	28
103	1	4	1	3	4	1	14	3	5	3	1	1	3	16	30
104	1	5	3	2	5	3	19	2	5	2	5	4	2	20	39
105	4	1	1	5	3	5	19	2	1	4	4	3	3	17	36
106	3	2	2	1	4	2	14	3	2	4	3	4	3	19	33
107	5	2	3	1	4	4	19	1	1	1	3	3	5	14	33
108	1	1	2	2	4	2	12	3	5	2	3	5	1	19	31
109	5	3	4	1	2	3	18	3	3	3	3	2	3	17	35
110	1	5	1	1	2	3	13	1	2	3	3	1	1	11	24
111	3	3	3	5	2	3	19	5	3	1	1	4	1	15	34
112	5	3	1	2	3	3	17	5	2	5	1	5	5	23	40
113	5	3	5	2	3	5	23	5	3	4	3	4	3	22	45
114	3	3	4	2	1	3	16	4	2	2	4	1	4	17	33
115	1	1	4	5	5	2	18	1	5	3	4	3	2	18	36
116	3	4	3	1	3	2	16	3	5	2	1	2	2	15	31
117	3	5	3	5	5	4	25	4	4	1	4	3	5	21	46
118	3	3	1	1	5	3	16	5	3	2	5	4	3	22	38
119	4	4	2	5	4	5	24	4	5	2	4	1	1	17	41
120	3	2	3	1	4	1	14	2	5	5	3	2	5	22	36
121	4	4	3	4	2	2	19	3	2	4	5	4	1	19	38
122	3	5	2	5	1	5	21	2	3	1	3	5	2	16	37
123	4	3	2	3	3	2	17	1	3	5	3	5	4	21	38
124	1	1	2	5	4	5	18	5	4	1	5	2	2	19	37
125	4	1	1	2	5	3	16	2	4	2	3	1	4	16	32
126	2	4	2	4	5	4	21	3	1	1	5	3	1	14	35
127	4	4	4	3	1	4	20	1	4	4	5	1	1	16	36
128	2	1	3	3	1	1	11	3	4	2	2	5	1	17	28
129	1	4	1	2	2	4	14	2	4	4	4	3	3	20	34
130	1	1	4	1	5	5	17	1	4	5	1	5	3	19	36
131	5	3	3	3	3	1	18	4	4	4	3	4	2	21	39
132	3	4	5	5	4	4	25	1	1	5	4	2	4	17	42

133	3	3	3	4	5	2	20	4	3	2	3	3	4	19	39
134	3	4	1	4	3	1	16	1	5	3	3	4	5	21	37
135	4	4	1	5	4	5	23	5	4	2	4	5	5	25	48
136	3	4	5	5	4	2	23	3	1	1	2	4	1	12	35
137	3	2	4	5	1	3	18	5	4	2	3	2	4	20	38
138	4	2	4	5	1	1	17	2	1	2	2	4	1	12	29
139	5	5	2	2	5	3	22	5	4	4	1	3	2	19	41
140	5	4	3	4	4	2	22	5	2	4	2	1	2	16	38
141	3	4	1	5	4	2	19	1	1	4	2	2	5	15	34
142	5	5	4	1	4	2	21	1	4	5	4	5	1	20	41
143	1	4	4	3	4	1	17	1	1	1	3	2	4	12	29
144	2	2	1	2	2	1	10	5	5	1	4	5	5	25	35
145	5	3	1	5	4	3	21	3	5	2	2	1	3	16	37
146	1	3	2	2	1	3	12	3	3	1	2	5	4	18	30
147	3	4	3	3	3	2	18	2	4	3	2	1	1	13	31
148	1	2	5	2	5	4	19	4	2	5	4	4	5	24	43
149	4	5	5	2	5	4	25	3	4	3	4	1	2	17	42
150	3	3	3	5	3	2	19	3	2	2	3	2	1	13	32
151	2	3	3	4	5	5	22	2	4	4	4	3	4	21	43
152	4	5	4	2	1	4	20	1	1	3	1	2	1	9	29
153	3	3	1	5	1	5	18	4	4	5	1	4	5	23	41
154	4	4	3	5	2	4	22	3	3	1	1	4	5	17	39
155	4	3	4	5	1	5	22	5	5	3	2	3	4	22	44
156	1	2	3	3	3	3	15	2	5	2	3	1	2	15	30
157	3	2	2	2	3	5	17	3	2	5	4	3	4	21	38
158	5	1	5	2	1	5	19	4	4	4	4	1	1	18	37
159	2	4	2	3	5	5	21	3	2	4	2	5	5	21	42
160	1	3	1	1	4	1	11	2	4	1	3	3	2	15	26
161	5	1	5	2	4	1	18	2	4	5	3	1	1	16	34
162	2	3	3	4	3	3	18	5	5	5	1	4	2	22	40
163	1	3	3	4	4	4	19	1	2	1	1	4	1	10	29
164	4	4	2	4	1	3	18	2	3	1	4	4	5	19	37
165	1	5	3	4	4	4	21	1	2	2	2	2	3	12	33
166	4	3	2	4	4	5	22	4	3	3	5	1	1	17	39
167	1	4	4	4	2	3	18	5	3	1	1	5	3	18	36
168	3	4	3	5	1	2	18	3	5	5	2	3	5	23	41
169	4	4	3	3	5	3	22	2	4	2	4	2	5	19	41
170	4	2	4	1	5	4	20	1	5	1	3	1	5	16	36
171	4	5	3	1	1	3	17	2	3	1	3	2	1	12	29
172	2	3	3	5	1	1	15	4	4	5	2	5	5	25	40
173	4	1	2	2	4	2	15	4	2	5	4	1	4	20	35
174	4	2	1	2	3	1	13	2	2	1	2	4	1	12	25
175	5	2	5	3	5	2	22	4	3	4	4	1	1	17	39
176	3	1	2	5	3	2	16	2	4	2	1	3	1	13	29
177	1	1	5	2	2	5	16	5	4	2	5	2	1	19	35
178	3	4	4	4	1	2	18	2	2	1	3	3	1	12	30

179	1	3	2	1	5	4	16	5	1	1	2	3	4	16	32
180	3	5	1	5	1	2	17	2	1	4	3	5	4	19	36
181	4	2	1	4	1	1	13	4	1	2	4	5	5	21	34
182	4	4	4	5	1	4	22	3	4	1	5	2	1	16	38
183	5	2	4	3	2	5	21	1	3	5	2	2	2	15	36
184	5	4	3	1	2	2	17	5	4	5	3	4	5	26	43
185	5	3	1	2	3	1	15	1	4	4	1	4	2	16	31
186	3	4	4	5	1	3	20	3	4	1	2	4	1	15	35
187	3	4	5	2	2	5	21	2	2	3	5	2	1	15	36
188	4	4	4	1	4	5	22	4	4	5	5	5	5	28	50
189	3	5	5	1	2	5	21	1	5	2	5	3	4	20	41
190	4	1	5	1	1	5	17	1	5	3	2	3	2	16	33
191	3	4	5	2	4	3	21	5	5	4	5	5	1	25	46
192	3	4	4	2	5	5	23	4	1	5	5	3	4	22	45
193	4	2	2	4	1	1	14	5	4	3	5	4	3	24	38
194	4	5	1	4	2	3	19	4	3	1	2	1	1	12	31
195	5	3	2	4	3	1	18	1	3	3	4	5	3	19	37
196	4	4	1	1	3	5	18	5	1	1	1	3	2	13	31
197	5	2	4	4	1	3	19	4	4	2	2	1	4	17	36
198	4	5	5	2	5	1	22	2	5	3	4	3	5	22	44
199	2	2	5	5	1	2	17	2	2	1	1	2	2	10	27
200	1	4	1	3	2	1	12	2	1	4	3	4	2	16	28
201	1	5	5	2	5	3	21	3	3	1	2	2	4	15	36
202	1	4	3	3	4	1	16	1	1	4	2	2	1	11	27
203	4	4	4	2	2	3	19	5	1	1	1	1	3	12	31
204	5	5	4	2	1	5	22	2	5	1	1	1	5	15	37
205	2	5	2	2	3	3	17	5	4	5	4	4	2	24	41
206	1	4	1	1	1	3	11	1	1	3	4	5	2	16	27
207	5	4	1	1	4	3	18	1	5	2	1	1	1	11	29
208	1	3	3	3	2	1	13	1	3	2	5	2	4	17	30
209	2	1	4	4	5	4	20	3	1	5	2	2	2	15	35
210	2	3	2	4	1	5	17	5	3	5	3	3	2	21	38
211	5	2	5	4	4	3	23	1	3	3	5	5	3	20	43
212	4	2	2	3	5	3	19	2	4	5	2	2	4	19	38
213	3	2	4	3	5	3	20	3	2	4	4	1	3	17	37
214	1	5	3	5	4	4	22	3	3	5	5	4	3	23	45
215	3	4	5	5	1	2	20	4	2	1	4	2	5	18	38
216	4	4	4	4	5	1	22	4	1	3	4	5	2	19	41
217	5	2	1	2	3	5	18	3	3	3	3	1	3	16	34
218	3	5	5	3	1	5	22	3	5	2	3	4	2	19	41
219	4	3	2	1	1	5	16	4	2	1	5	2	5	19	35
220	1	3	1	5	5	4	19	5	5	3	5	2	2	22	41
221	2	3	4	3	3	2	17	1	5	1	4	2	5	18	35
222	3	5	3	5	1	4	21	5	2	1	4	1	1	14	35
223	1	2	5	4	5	3	20	3	1	1	1	3	2	11	31
224	4	3	4	3	1	3	18	5	4	3	2	3	5	22	40

225	1	1	3	1	1	4	11	5	2	1	2	2	3	15	26
226	5	5	1	3	1	1	16	5	3	5	3	1	1	18	34
227	3	2	4	2	1	1	13	4	3	4	1	3	3	18	31
228	1	3	4	1	2	4	15	3	3	3	5	3	4	21	36
229	2	5	2	5	5	5	24	5	5	1	1	1	2	15	39
230	4	2	3	3	3	1	16	2	4	1	1	5	4	17	33
231	4	1	3	1	2	3	14	3	5	1	3	1	3	16	30
232	5	4	3	5	2	1	20	4	1	1	1	2	1	10	30
233	1	4	1	5	1	5	17	1	2	5	2	1	4	15	32
234	1	3	5	2	5	3	19	1	1	3	5	5	3	18	37
235	5	4	3	3	3	5	23	4	4	4	5	4	2	23	46
236	3	5	2	4	4	2	20	1	1	1	2	1	4	10	30
237	1	2	3	4	2	1	13	2	1	5	4	2	2	16	29
238	4	3	1	2	2	3	15	5	4	2	5	5	1	22	37
239	5	3	5	1	5	4	23	3	3	2	3	3	1	15	38
240	4	4	5	1	1	2	17	4	2	2	5	1	5	19	36
241	5	4	5	4	1	4	23	2	2	5	2	5	5	21	44
242	3	3	2	5	4	4	21	3	4	4	5	3	5	24	45
243	5	3	3	1	4	4	20	2	1	2	1	5	1	12	32
244	2	3	1	5	1	1	13	4	4	4	5	3	1	21	34
245	2	2	1	3	4	1	13	2	5	2	1	5	3	18	31
246	5	3	1	5	1	1	16	3	3	1	2	1	5	15	31
247	3	4	4	4	3	1	19	4	5	4	2	1	5	21	40
248	1	2	3	2	2	5	15	5	2	4	5	1	4	21	36
249	3	1	3	4	1	3	15	4	4	2	1	4	3	18	33
250	4	2	2	1	5	4	18	5	1	2	2	1	2	13	31
251	3	2	4	4	4	1	18	3	2	5	5	1	4	20	38
252	2	1	4	5	4	1	17	1	2	2	3	2	1	11	28
253	3	5	2	3	4	5	22	5	2	1	1	3	4	16	38
254	2	1	1	5	1	2	12	1	5	1	2	2	4	15	27
255	5	4	3	5	1	4	22	1	4	4	4	1	4	18	40
256	3	1	4	3	3	4	18	2	1	2	3	4	3	15	33
257	4	5	4	4	5	3	25	5	3	2	4	4	2	20	45
258	3	3	4	2	5	2	19	2	1	2	1	4	4	14	33
259	5	3	5	1	1	1	16	4	5	2	1	1	4	17	33
260	5	3	5	1	5	5	24	5	4	5	5	5	3	27	51
261	3	4	5	4	1	1	18	1	4	4	2	1	3	15	33
262	3	5	4	3	3	3	21	5	1	2	3	1	5	17	38
263	4	2	3	4	3	2	18	2	3	5	3	4	5	22	40
264	5	4	4	1	1	2	17	4	2	2	4	3	2	17	34
265	3	5	1	5	1	2	17	5	1	4	3	4	2	19	36
266	5	5	5	1	1	1	18	4	5	2	5	4	4	24	42
267	5	5	4	3	4	2	23	1	4	5	3	1	3	17	40
268	2	1	2	4	2	2	13	1	3	3	1	4	5	17	30
269	1	3	4	2	3	5	18	4	1	5	2	1	4	17	35
270	2	4	5	5	2	3	21	5	2	1	3	3	1	15	36

271	3	5	2	2	3	4	19	5	3	5	4	5	4	26	45
272	4	2	2	2	4	2	16	4	1	1	1	2	2	11	27
273	2	4	4	5	3	4	22	3	1	5	5	1	4	19	41
274	3	3	3	2	5	2	18	1	3	1	1	5	1	12	30
275	1	4	5	5	5	4	24	1	1	4	1	1	4	12	36
276	4	4	2	1	4	3	18	1	5	2	4	5	5	22	40
277	5	3	2	1	4	2	17	5	5	4	2	2	5	23	40
278	5	4	2	3	2	5	21	4	1	1	4	1	3	14	35
279	4	5	4	4	3	3	23	3	3	4	5	4	3	22	45
280	3	2	4	4	2	1	16	2	4	4	5	5	1	21	37
281	2	4	2	3	3	1	15	3	5	4	3	4	4	23	38
282	2	2	3	1	1	5	14	4	3	4	5	4	1	21	35
283	2	3	5	2	5	4	21	2	3	2	3	4	1	15	36
284	2	3	3	2	1	1	12	5	3	2	3	1	4	18	30
285	4	3	3	5	3	1	19	5	3	1	2	5	3	19	38
286	3	3	2	3	3	2	16	1	5	3	1	2	3	15	31
287	3	3	2	5	5	4	22	5	2	3	5	1	1	17	39
288	3	2	2	3	1	3	14	5	1	4	2	4	1	17	31
289	2	5	1	5	5	1	19	2	1	4	2	1	4	14	33
290	1	2	1	2	2	4	12	5	4	4	5	3	5	26	38
291	5	5	2	4	3	4	23	5	3	2	4	5	2	21	44
292	2	1	5	3	3	1	15	2	3	3	1	3	5	17	32
293	4	3	3	1	5	2	18	2	2	5	2	3	2	16	34
294	4	5	1	3	5	5	23	2	2	2	5	5	2	18	41
295	3	4	2	1	1	5	16	1	3	5	2	3	4	18	34
296	1	5	5	2	2	3	18	4	3	3	5	3	2	20	38
297	4	1	5	2	1	5	18	5	3	2	2	1	2	15	33
298	2	5	2	3	3	2	17	4	1	3	1	3	2	14	31
299	3	1	2	4	5	4	19	5	4	3	1	3	2	18	37
300	5	4	5	4	3	4	25	4	2	3	2	5	2	18	43
301	1	5	5	1	1	5	18	4	1	5	2	4	2	18	36
302	5	2	1	2	3	2	15	1	2	2	1	2	5	13	28
303	4	1	2	4	3	5	19	2	5	5	4	3	3	22	41
304	3	5	4	2	5	5	24	3	2	5	3	1	1	15	39
305	3	5	4	1	1	4	18	1	2	4	5	5	3	20	38
306	3	5	2	5	3	5	23	3	3	2	4	4	1	17	40
307	3	3	4	4	3	1	18	2	4	3	1	5	4	19	37
308	2	5	5	4	3	1	20	5	1	3	3	4	2	18	38

Anexo 7

Modelo de consentimiento y/o asentimiento informado

Título de la investigación: La calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote - 2023

Investigador (a) (es): Infantes Briceño Gian Franco, Yarlequé Torres Bryan Steven Lee

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “La calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa bonita”,

cuyo objetivo es Determinar la relación entre la C.S y la satisfacción de nuestros clientes en el restaurant Playa Bonita S.A.C de Chimbote durante el año 2023.

Esta investigación es desarrollada por estudiantes (colocar: pre o posgrado) de la carrera profesional de Administración de la Universidad César Vallejo del campus Chimbote, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución Restaurant Playa Bonita S.A.C

Describir el impacto del problema de la investigación.

.....
.....

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: ” La calidad de servicio y satisfacción del cliente en el Restaurant Playa Bonita S.A.C Chimbote – 2023 ”

2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de minutos y se realizará en el ambiente del salón principal del Restaurant Playa Bonita S.A.C

Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) Infantes Briceño Gian Franco , Yarleque Torres Bryan Steven Lee

email: byarleque@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor: Mg. Cancharí Preciado Miguel Angel

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Carlos Lynch Rojas

Fecha y hora: 07/05/2023 4:00 PM

ANEXO 9
Evidencias del trabajo



NOTA: Imagen de los investigadores fuera del restaurante de estudio



NOTA: Imagen de la entrevista (Elaboración propia)



NOTA: Evaluando la carta que tiene el restaurante



NOTA: Foto de un consumidor dentro del restaurante