



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

**La Calidad de Servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el
Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco – 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

León Molina, Ever (ORCID: 0000-0001-6879-7472)

Puelles Caceres, Yenifer (ORCID: 0000-0002-3371-8823)

ASESOR:

Dr. Espinoza de la Cruz, Manuel Antonio (ORCID: 0000-0001-6290-4484)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

CHIMBOTE - PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios, a nuestros padres por habernos forjado como las personas que somos en la actualidad; muchos de nuestros logros se los debemos a ustedes entre los que se incluyen este. Nos formaron con reglas y con algunas libertades, pero al final nos motivaron constantemente para alcanzar nuestros anhelos

Agradecimiento

A la Universidad Cesar Vallejo, por brindarnos la oportunidad de concluir nuestros estudios y ser profesional, al igual que a nuestro asesor Dr. Manuel Antonio Espinoza De La Cruz.

Índice de Contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.	4
III.- METODOLOGÍA	11
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	11
3.2 Variables y operacionalización.	11
3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	12
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	13
3.5 Procedimientos	14
3.6 Método de análisis de datos.	14
3.7 Aspectos éticos.....	15
IV.- RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN.....	42
VI. CONCLUSIONES	46
VII. RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS.....	48
ANEXOS	53

Índice de tablas

Tabla 1.	<i>Comparación de las medias totales de la valoración del cliente tanto para la prestación como para la expectativa</i>	<i>17</i>
Tabla 2.	<i>Valoración de la satisfacción en función a la comparación de la expectativa y la prestación del servicio</i>	<i>18</i>
Tabla 3.	<i>Niveles de satisfacción y su correspondiente nivel de calidad según comparación de las prestaciones y las expectativas.....</i>	<i>19</i>
Tabla 4.	<i>Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de los elementos tangibles de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco.</i>	<i>23</i>
Tabla 5.	<i>Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de la fiabilidad de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco.</i>	<i>27</i>
Tabla 6.	<i>Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de la Capacidad de Respuesta de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco.....</i>	<i>31</i>
Tabla 7.	<i>Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de la seguridad de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco</i>	<i>35</i>
Tabla 8.	<i>Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de la empatía de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco</i>	<i>39</i>

Índice de gráficos y figuras

Figura 1. <i>Comprobación de la hipótesis de la calidad de servicio.....</i>	21
Figura 2. <i>Comprobación de la hipótesis de la dimensión Elementos tangibles..</i>	25
Figura 3. <i>Comprobación de la hipótesis de la dimensión de Fiabilidad.....</i>	29
Figura 4. <i>Comprobación de la hipótesis de la dimensión Capacidad de respuesta.....</i>	33
Figura 5. <i>Comprobación de la hipótesis de la dimensión seguridad</i>	37
Figura 6. <i>Comprobación de la hipótesis de la dimensión empatía</i>	41

Resumen

La investigación cuyo título “La calidad del servicio al cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco – 2021. Buscó medir la Calidad del Servicio de la Cafetería Altomayo, pues había visto reducidas sus ventas, a pesar de esforzarse, por satisfacer a sus ocasionales consumidores, poniendo en riesgo la permanencia del establecimiento, siendo un establecimiento del aeropuerto, de costos relativamente caros. El estudio buscó responder la pregunta ¿Cuál es el nivel de calidad de servicio de la cafetería?

El estudio hizo una investigación de tipo aplicado, enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y nivel descriptivo-transversal. Utilizó la técnica de la encuesta, aplicando un cuestionario, 240 clientes, que midió la calidad antes de recibir el servicio y luego posteriormente al servicio recibido. Finalmente se hizo una prueba de comparación de medias por cada dimensión.

Las conclusiones logradas son: según el cliente, la cafetería presenta una baja calidad de servicio; en todas las dimensiones se mostraron deficientes en el servicio por debajo de las expectativas del cliente, generando insatisfacción que induce a una calificación de baja calidad del servicio. Las dimensiones, elementos tangibles y fiabilidad, mostraron mayores valores negativos al comparar expectativas versus prestación de, -4.06 y -2.34 respectivamente.

Palabras clave: Expectativas, prestación, satisfacción, servicio, calidad

Abstract

The research whose title "The quality of customer service in the Altomayo Cafeteria at the Velasco Astete Cusco International Airport - 2021. It sought to measure the Quality of the Service of the Altomayo Cafeteria, since it had seen its sales reduced, despite making an effort to satisfy to its occasional consumers, putting the permanence of the establishment at risk, being an airport establishment, with relatively expensive costs. The study sought to answer the question: What is the level of quality of service in the cafeteria?

The study carried out an applied research, quantitative approach, non-experimental design and descriptive-cross-sectional level. He used the survey technique, applying a questionnaire to 240 clients, which measured the quality before receiving the service and then after the service received. Finally, a means comparison test was carried out for each dimension.

The conclusions reached are: according to the client, the cafeteria presents a low quality of service; In all dimensions, they were deficient in service below customer expectations, generating dissatisfaction that leads to a rating of low quality of service. The dimensions, tangible elements and reliability, showed higher negative values when comparing expectations versus performance of -4.06 and -2.34 respectively.

Keywords: Expectations, provision, satisfaction, service, quality

I. INTRODUCCIÓN

En Latinoamérica y en cualquier aeropuerto del mundo, ofrecer un servicio para personas que están en tránsito de una ciudad a otra en un terminal aeroportuario es gran reto, en la medida que ello implica una nueva forma de vender y fidelizar a usuarios utilizando estrategias de ventas innovadoras y únicas para cautivar a quienes prefieren degustar de una bebida caliente, como un café, antes de embarcar a sus respectivos destinos.

Es por esta razón que una estrategia fundamental para atraer y fidelizar a los usuarios es ofrecer un servicio de calidad que es generalmente definido como la comparación de la percepción y expectativa del cliente, en donde al comparar ambas dimensiones, no debe de haber mucha diferencia.

Sin embargo, el lograr un servicio de calidad ha sido para varias empresas un enorme desafío, especialmente en México donde muchos restaurantes del sector turísticos están descuidando medir la calidad del servicio que brindan, esto no les permite conocer lo que opinan sus clientes o consumidores, ocasionando así una insatisfacción en ellos, lo que también incluye pérdidas económicas (Monroy, 2019).

Otro caso importante es América Latina que está siendo golpeado enormemente por la pandemia del Covid -19, donde el sector turismo ha tenido un gran retroceso de 2 a 3% en sus ingresos globales, esto lleva a que las empresas del sector turismo tienen que hacer mayores esfuerzos por brindar y garantizar a sus clientes un servicio de calidad (Mencías y Oglietti, 2020).

El Perú también ha sido afectado por esta pandemia y se ha estimado las pérdidas por día de 700, 000 dólares en todo el sector, por esta razón las empresas del sector turismo como las cafeterías deben de asegurarse de garantizar a sus comensales un servicio de calidad en forma integral, a fin de poder seguir funcionando y mantenerse en el mercado (Económica, 2020).

Finalmente llegamos a la ciudad de Cusco, retornando a los servicios que se ofrecen en el aeropuerto Internacional, especialmente en Velasco Astete, se encuentra la empresa de cafetería "Altomayo" quien también se encuentra con el

reto de no solo satisfacer una necesidad sino también lograr alcanzar las expectativas del consumidor, que es brindar un servicio de calidad.

Reto que solo podrá superar al conocer la opinión de los clientes sobre el servicio que ellos ofrecen, pero también mejorando los aspectos y características que consideran sus clientes importantes para que su servicio sea de calidad, por esta razón se formula el siguiente problema de investigación ¿Cuál es el nivel de Calidad de Servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021?

Y los problemas específicos son ¿Cuál es el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021?; ¿Cuál es el nivel de calidad de la fiabilidad del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021?; ¿Cuál es el nivel de calidad de la capacidad de respuesta del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021?; ¿Cuál es el nivel de calidad de la seguridad del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021? y ¿Cuál es el nivel de calidad de la empatía del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021?

Debido a ello esta investigación se justifica por su conveniencia ya que sirve para que la empresa de cafetería Altomayo pueda conocer el nivel de calidad de servicio que brinda y además poder mejorar en los aspectos que sus clientes lo consideren, logrando así reducir la brecha entre percepción y expectativa; y de esta forma distinguirse de la competencia por ser una empresa que da calidad.

Asimismo, se justifica por su relevancia social, pues esta investigación beneficia en primer lugar a la empresa Altomayo ya que esta investigación le permite conocer el nivel de calidad del servicio que ofrece para poder hacer las correcciones pertinentes y seguir mejorando en la calidad de servicio que brinda a sus clientes, en segundo lugar se benefician los clientes pues al contratar a una empresa que tiene iniciativa de mejorar su servicio, fortalecerá la confianza de los clientes, y por último se benefician las demás empresas en general pues al ver lo importante que

es medir la calidad de su servicio y ver como se hace, esto les permitirá poder mejorar en el servicio que ellos ofrecen.

Además, se justifica por su aporte teórico, debido a que esta investigación está basada en teorías de la calidad de servicio, permite reafirmar la teoría existente o contribuir a un nuevo hallazgo en caso existan factores o dimensiones que tengan un comportamiento distinto a lo descrito por la teoría.

Finalmente se justifica por su aporte metodológico pues el método usado permite ratificar las dimensiones e indicadores utilizados para medir la calidad de servicio, pero además el instrumento al ser adaptado para el rubro de cafetería, facilita la utilización de este para otras investigaciones relacionadas con este rubro.

Por lo tanto, teniendo presente las razones para justificar esta investigación, se procede a definir el objetivo que es: Determinar el nivel de Calidad de Servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco – 2021.

Y los objetivos específicos que ayudan a resolver esta investigación son: conocer el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021; conocer el nivel de calidad de la fiabilidad del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021; conocer el nivel de calidad de la capacidad de respuesta del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021; conocer el nivel de calidad de la seguridad del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021 y conocer el nivel de calidad de la empatía del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco,2021

Asimismo, se formulan las hipótesis de investigación donde la hipótesis de investigación fue H_i : La prestación del servicio en la cafetería superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021. Y la hipótesis nula fue H_0 : La prestación del servicio de la cafetería no supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

II. MARCO TEÓRICO.

Para efectos del estudio, se ha desarrollado un estado del arte en el que se ha podido dar cuenta de los siguientes estudios ya realizados:

En el ámbito internacional, Norman y Galabo (2019) en su artículo científico que tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad del servicio del comedor y la satisfacción de los estudiantes en Mintal Comprehensive High School, la investigación fue aplicada y el nivel fue correlacional – descriptiva de diseño no experimental, se aplicó la técnica de la encuesta a 200 personas de grado 11. De esta manera concluyen que la calidad del servicio del comedor según la percepción de los estudiantes es moderadamente satisfactoria y la satisfacción de los estudiantes fue moderada. Además, la calidad del servicio del comedor está asociada con la satisfacción de los estudiantes, donde los elementos tangibles, la confiabilidad, la capacidad de respuesta y la empatía mostraron una fuerte correlación positiva.

Serhan y Serhan (2019) en su investigación que tuvo como objetivo determinar el impacto de los atributos del servicio de alimentos en la satisfacción de los clientes de la cafetería de una universidad, el tipo de investigación fue correlacional causal, se aplicaron cuestionarios a una muestra de 676 clientes de la cafetería, seleccionados por un muestreo por conveniencia, de esta forma concluyen que existe relación significativa entre la calidad de alimentos, calidad de servicio y la satisfacción de los clientes en general, lo único que tendrían que mejorar la empresa es ofrecer alimentos más nutritivos.

Czarniecka et ál (2019) en su investigación que tuvo como objetivo general determinar las opciones de los consumidores y la calidad del servicio en los comedores universitarios de Varsovia, Polonia. El tipo de investigación fue aplicada, y de nivel descriptivo, se aplicaron encuestas a una muestra de 1250 estudiantes de 25 universidades distintas, llegando a la siguiente conclusión: Para cumplir con las expectativas del cliente, es esencial que las operaciones de servicio de alimentos de los comedores de las universidades brinden no solo un producto de calidad, sino también un servicio de calidad.

Muhamad et ál (2016) en su artículo científico cuyo objetivo fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente, teniendo en cuenta el efecto del género, en restaurantes árabes su investigación fue aplicada, el nivel correlacional y el diseño no experimental – transversal, se aplicó como técnica la encuesta y de instrumento el cuestionario a una muestra de 411 clientes de los restaurantes, llegando a concluir que las cinco dimensiones de la calidad de servicio tienen relación positiva con la satisfacción de los clientes, pero la empatía es uno de los atributos que mayor relación tiene y la capacidad de respuesta una relación más débil.

Por otro lado, a nivel nacional, Flores y Dávila (2017) en cuyo objetivo principal fue de evaluar la calidad del servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro de Lambayeque. El tipo de investigación fue aplicada, de nivel descriptivo. Se aplicaron encuestas a un número de 80 clientes, utilizándose el modelo de medición de calidad SERVPERF, que permitió conocer el grado de calidad de servicio que reciben los clientes. De esta forma se concluye que los clientes del restaurante están conformes con el servicio brindando por los colaboradores y la calidad de sus platos gastronómicos, pues estos logran experimentar la combinación de los ingredientes más tradicionales de la comida Lambayecana, llegando a satisfacer sus necesidades procurando así que el servicio sea viable.

Asimismo, Carraco (2017) en su investigación que tuvo como objetivo evaluar e identificar el nivel de calidad de servicio brindado en el Área de Atención de reclamos del banco de la nación oficina principal Chiclayo, comparando los años 2014 y 2015, la investigación fue aplicada, el nivel utilizado fue descriptiva, la muestra analizada fue de 127 y 117 clientes al cual se le aplicó el cuestionario SERVQUAL. Llegando a la siguiente conclusión: que la calidad de servicio del año 2014 al 2015 ha tenido una mejora moderada, asimismo las dimensiones elementos tangibles y de seguridad son mejores calificadas por el cliente, esto principalmente a estar estandarizados. No obstante, existe una mala calificación con respecto al trabajo o la atención realizada por los colaboradores, pues hay porcentajes mayores de desacuerdo en elementos de confiabilidad y valor medio bajo en interés por el cliente y la atención a sus necesidades. Se recomienda mejorar las

habilidades interpersonales y de empatía para poder cambiar esta percepción y acortar las brechas.

A nivel local en el trabajo de investigación presentado por Quillahuaman (2018), se determinó la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de los restaurantes de chicharrón de cerdo del Distrito de Saylla de la Provincia del Cusco, el tipo de investigación fue aplicada, el nivel correlacional con diseño no experimental trasversal. Las encuestas se realizaron a una muestra de 380 clientes de distintas chicharronerías, llegando a concluir lo siguiente: La relación entre calidad de servicio y satisfacción al cliente es significativa. Lo cual permite entender que mientras haya una buena calidad de servicio, esta repercutirá en una buena satisfacción de los clientes.

Con respecto a las teorías relacionadas al tema se tiene primero a investigar sobre la historia de la calidad del servicio, luego a definir el concepto de la variable, y por último evaluar las distintas teorías de la calidad del servicio que han planteado los autores.

Historia de la calidad de servicio. Todo comenzó a inicios de 1980 donde algunos investigadores empezaron a dar mayor atención a la satisfacción al cliente, en brindar servicio de calidad, estas preocupaciones eran evidentes pues la revolución industrial estaba comenzando y apuntaba hacia un gran crecimiento, por esta razón es que se empezaron a plantear teorías relacionadas especialmente con la calidad de servicio las cuales sería temas de discusión y revolucionarían a toda la industria empresarial.

Brady y Cronin (2001) señalan que uno de los pioneros en investigar sobre la calidad de servicio es Grönroos (1984), pues el propuso que la calidad de servicio se mide globalmente por medio de la calidad funcional todo lo relacionado con la transacción y la calidad técnica referida al juicio del consumidor. (Grönroos, 1998) Seguidamente, otros investigadores en años posteriores incluyeron a estas dos dimensiones la imagen como tercera dimensión (Akhtar, 2011; Rahman, Khan, y Haque, 2012).

La teoría inicial de Gronroos ha sido muy utilizada para medir la calidad de servicio, sin embargo, se veía incompleta, o en otras palabras se debían agregar otros aspectos importante para medir la calidad, por esta razón Parasuraman et ál. (1985) no dudaron en publicar su teoría de las brechas, que posteriormente fueron modificando y mejorando llegando a diseñar el modelo Servqual, no solo media la percepción del cliente de una serie de atributos del servicio, sino también las expectativas.

Después de dos grandes teoría pioneras de la calidad, en este último siglo ha existido una revolución de las formas de medir la calidad del servicio ya que los investigadores encontraron que la mayoría de ellos carecen de la facilidad de poder utilizarse en todas las empresas (Seth et ál., 2005). Algunos de esos modelos tienen soporte para su aplicación y prueba en diferentes negocios como SERVQUAL, pero incluso esa famosa medición tiene cierta falta de aplicación para algunos negocios específicos como la tienda minorista y otros contextos (Dabholkar et ál., 1996)

Por esta razón los investigadores creen que las empresas deben utilizar una medición de la calidad del servicio específica al contexto para así poder comprender mejor la percepción de los consumidores sobre la calidad del servicio (Dagger et ál., 2007).

Debido a ello otros investigadores interesados en medir la calidad de servicio, de acuerdo al contexto, propusieron modelos para poder medirlo, Berkley y Gupta (1994) establecieron un modelo para medir la calidad del servicio tecnológico, Dabholkar (1996), y Zhu et ál. (2002) propusieron también modelos para medir la calidad en sector tecnológico, Santos (2003) se sumergió más al servicio web y electrónico, posteriormente Broderick y Vachirapornpuk (2002) propusieron un modelo para medir la calidad de servicio de la banca por Internet.

Sin embargo, la calidad del servicio es un concepto que abarca y tiene relación con varias disciplinas científicas, es por esta razón que Dagger et ál. (2007) crearon un modelo para medir la calidad del servicio en salud. En este sentido Akter et ál. (2010) también investigaron y propusieron la medición de la calidad del servicio en

salud, específicamente en la atención móvil. La característica peculiar de medir en este sector es que no habría elementos tangibles sino se reemplazaría por la plataforma digital.

Por otro lado, Tsaur et ál. (2002) estudiaron la posibilidad de medir la calidad del servicio en las aerolíneas, y para ello utilizaron el modelo Servqual donde adaptaron el modelo de acuerdo al contexto del servicio que ofrecen estas empresas.

Sin embargo, aparecieron más investigadores que querían medir en este rubro de las aerolíneas, proponiendo de esta forma un nuevo modelo de medición (Chang y Yeh, 2002). Posteriormente, Cunningham et ál. (2002) recomendaron un nuevo modelo donde se podría medir la calidad de servicio que ofrecen las empresas de aerolínea; dando como resultados que todos los modelos son aplicables para la investigación y se pueden utilizar en diferentes contextos (Cunningham et ál, 2004). No obstante, unos años más tarde Liou y Tzeng (2007) también aportaron nuevos conceptos con factores sugeridos y específicos para este negocio de servicios, los cuales nutrieron de más conocimientos a esta materia, pero además abren las puertas a seguir investigando y encontrando más formas de medir la calidad del servicio en las empresas.

En cuanto a la definición de la calidad de servicio Grönroos (1982) lo ha definido como la percepción y las expectativas del consumidor de un servicio, lo que este autor explica entonces es que el consumidor antes de recibir el servicio, ya tiene una idea de cómo será este, sin embargo, al recibir el servicio obtiene la percepción lo cual lo lleva a comparar con su expectativa y por último definir si el servicio fue de calidad.

Por otro lado, Seth et ál. (2005) tienen otra concepción acerca de estas variables, pues parte principalmente de la forma como la empresa da el servicio, por ello lo define como la capacidad de la empresa encargada de brindar los servicios para lograr que este servicio sea el esperado por el cliente. Esta definición resalta como parte fundamental de la calidad de servicio a la empresa que provee el servicio, y es entendible pues estas son las que trabajan arduamente para que servicio sea de calidad.

Por último, para llegar a una definición más consensuada Grönroos (1982); Lehtinen y Lehtinen (1982) luego Parasuraman et ál. (1985) coincidieron en definir la calidad del servicio como el proceso cognitivo emocional que tiene el cliente para comparar el servicio recibido con sus expectativas. En esta definición destacan como parte fundamental la opinión del cliente, pues ellos serán los encargados de calificar el nivel de calidad del servicio recibido.

Modelo para medir la calidad de servicio Grönroos. Este gurú de la calidad de servicio sugirió dos dimensiones de la calidad del servicio. La primera dimensión, denominada calidad técnica referida especialmente al servicio en concreto, y la otra dimensión es la calidad funcional referido específicamente al proceso de atención, y todos los aspectos relacionados con el servicio.

Esta investigación fue una de las primeras teorías para medir la calidad del servicio, y contribuyo a poder mejorar la medición de esta variable, sin embargo, el inconveniente que se tuvo fue el de explicar claramente cómo se mide sus dimensiones mencionadas. Por esta razón Rust y Oliver (1994) adaptaron y agregaron otra dimensión el modelo de Gronroos (1984), la dimensión que agregaron fue el entorno de servicio. Y las dimensiones que adaptaron fueron la calidad técnica lo denomino producto de servicio y a la calidad funcional lo denominó prestación de servicios.

Modelo de Brechas de la calidad de servicio. Posteriormente aparecieron otros gurús de la calidad de servicio, y recomendaron medir la calidad de servicio por medio de brechas, donde Parasuraman et ál. (1985) establecieron que para medir la calidad de servicio es fundamental conocer la brecha entre el servicio percibido y el servicio esperado del cliente, para ello definieron cinco brechas para medir el servicio percibido y el esperado.

Frost y Kumar (2000) siguieron investigando sobre la medición de la calidad de servicio con las brechas que propuso Parasuraman et ál., tuvo como propósito medir la calidad de servicio, pero específicamente con el personal que está más vinculado al servicio como son el personal de primera línea y el personal de apoyo de la organización.

Modelo para medir la calidad de servicio SERVQUAL, planteada por Parasuraman et ál. (1988), luego de haber propuesto el modelo de las brechas, estos expertos en la materia siguieron investigando y sugirieron el modelo Servqual donde miden la calidad de servicio con cinco dimensiones, la primera son los elementos tangibles, los cuales se refiere a todos los aspectos visibles del servicio; el segundo es la capacidad de respuesta que se refiere a la velocidad y voluntad como los trabajadores responden a las consultas de los clientes.

La tercera dimensión es la fiabilidad que es la capacidad de los trabajadores para hacer sentir a los clientes que el servicio es confiable y adecuado; la cuarta es la seguridad; referido sobre todo al conocimiento y experiencia que tienen los trabajadores con el servicio que brindan; y la quinta es la empatía que es la capacidad de los trabajadores para atender personalmente a cada cliente.

Este modelo descrito es importante para medir la calidad de servicio, no obstante, la competencia en el mundo empresarial es de nunca acabar, pues la lucha por tener más mercado o más clientes obligan a que las empresas a mejorar la calidad del servicio que ofrecen, valiéndose en estos últimos años de la tecnología y la globalización (Lin et ál., 2007). Por esta razón es fundamental que las empresas se centren más en el cliente (Khan y Fasih, 2014; Schneider et ál., 2005). Ya que existen estudios que demuestran que la calidad del servicio tiene influencia en la satisfacción del cliente (Kaura et ál., 2012).

Modelo para medir la calidad de servicio SERVPERF. Este modelo fue propuesto por Cronin y Taylor (1992) quienes decidieron realizar una adaptación al modelo Servqual; en su adaptación quitaron la parte de medir las expectativas y solo miden la percepción del cliente; ya que su teoría es que la calidad del servicio es únicamente la actitud del cliente con respecto al servicio recibido en ese momento.

III.- METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación.

Tipo de investigación.

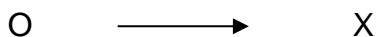
El presente estudio se define como una investigación aplicada porque sirvió para tomar acciones, establecer políticas y estrategias, es decir solucionar un problema específico (Naghi, 2000). En este caso el problema que se resolvió fue determinar el nivel de calidad del servicio de la empresa Altomayo para ser una empresa más competitiva.

Diseño de investigación.

Con respecto al diseño de la investigación este es un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento (Hernández et ál., 2014).

Teniendo presente ello el diseño de investigación fue no experimental pues según Hernández et ál. (2014) estas investigaciones “se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152)

De corte transaccional pues los datos fueron recolectados en un solo momento en el año 2021 y de alcance descriptivo porque se solo se conoció el nivel de la calidad de servicio que ofrece la empresa Altomayo.



O: Es la observación o descripción que se hará de la variable

X: Es la variable calidad de servicio

3.2 Variables y operacionalización.

Definición conceptual: Parasuraman et ál. (1985) definieron la calidad del servicio como la comparación que surge de lo que los clientes sienten que se supone que debe ofrecer una empresa y el desempeño real del servicio de la empresa.

Definición operacional: La calidad de servicio es la diferencia entre la expectativa y la percepción de los clientes lo cual se mide a través de los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Indicadores:

Elementos tangibles: Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Fiabilidad: la capacidad de un proveedor de servicios para asegurar a los clientes un servicio confiable y adecuado.

Capacidad de respuesta: qué tan rápido responden los proveedores de servicios a las consultas de los clientes, la voluntad de los proveedores de servicios para ayudar a los clientes y proporcionar servicios rápidos.

Seguridad: el nivel de conocimiento que muestra un proveedor de servicios al prestar sus servicios y su capacidad para inspirar confianza.

Empatía: Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

Escala de medición: La escala de medición fue ordinal.

3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.

Población:

La población fue de carácter infinito, según la investigación preliminar efectuada en la cafetería, se determinó la población objetivo, calculando el promedio de clientes durante una semana, ya que según el gerente existe un histórico promedio de clientes que registran visita al establecimiento los siguientes días: lunes 30, martes 35, miércoles 30, jueves 30, viernes 35, sábado 40 y domingo 40 lo que fue un total de 240 personas que ingresan a la semana respectivamente.

Criterios de Inclusión: en el presente estudio se consideró: únicamente a los clientes de la cafetería Altomayo que tienen la condición de pasajeros o viajeros en el día y que son mayores de edad.

Criterios de exclusión: no se ha considerado dentro de la población a clientes de la cafetería Altomayo que están en calidad de acompañantes, visitantes o turistas

que no tienen vuelo vigente en el día; además no se ha incluido a usuarios menores de edad.

Muestra:

La muestra que se utilizó en esta investigación fue una muestra censal, debido a que la población fue relativamente pequeña, por tanto, la muestra estuvo constituida por un número de 240 clientes de Altomayo, mayores de edad.

Muestreo:

El tipo de muestreo fue el no probabilístico, pues no se aplicó la fórmula para el cálculo de la muestra ya que se utiliza a toda la población como parte de la investigación.

Unidad de análisis:

La unidad de análisis estuvo representada por todos los clientes de la Cafetería Altomayo mayores de edad que respondan al cuestionario que mide la calidad de servicio que la cafetería les ofrece.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Las técnicas de recojo de datos se refieren al conjunto de procedimientos y recursos de que se vale la ciencia para conseguir su fin. Un instrumento de recolección de datos es en principio, cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información (Hernández et. ál., 2014).

En tal sentido, en la presente investigación se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos de recojo de datos.

Técnicas: Encuesta

Instrumentos: Cuestionario (ver anexo 3).

La validez y confiabilidad de los instrumentos se obtuvo en forma técnica mediante dos procesos metodológicos.

Juicio de expertos: que garantizó de los criterios del cuestionario durante la recopilación de datos. En total fueron tres expertos los que validaron el instrumento

(ver anexo 7).

Coeficiente Alfa de Cronbach: Este coeficiente permite saber el grado de confiabilidad del cuestionario, en otras palabras, si se podrán recolectar datos confiables para la investigación, el resultado demostró un índice de confiabilidad de 0.956 lo cual lo hace confiable y aplicable para la investigación científica (ver anexo 6).

3.5 Procedimientos

Una vez asegurada la confiabilidad y validez de los instrumentos, los mismos que se aplicaron en un solo momento y por única vez, conforme al diseño de investigación elegido.

Primero se solicitó permiso a la empresa Altomayo para poder realizar el trabajo de campo cerca a sus instalaciones, en ese momento también se le explico los objetivos de la investigación y contribución de esta para la empresa.

Una vez aceptado el permiso se realizó las encuestas a los clientes por un periodo de una semana, se le aplico el cuestionario de expectativas antes de ingresar a la cafetería y luego el cuestionario de percepción después de salir de la cafetería, teniendo cuidado de no repetir a los mismos clientes, para ello se realizó la pregunta al encuestado si había sido encuestado antes.

Luego en durante la encuesta a cada cliente se le explico el motivo de la investigación, así como también los beneficios que tendrían ellos, de esta manera asegurar su buena disposición a participar de la encuesta.

Finalmente, una vez culminado las encuestas, estas fueron procesadas en una hoja de cálculo de Microsof Excel para su posterior análisis.

3.6 Método de análisis de datos.

Para el análisis de datos se utilizó la estadística descriptiva que permitió procesar, codificar y analizar los datos en el sistema estadístico “Statistical Package for the Social Sciences” (SPSS).

Estos fueron analizados en función a los objetivos es por esta razón que en el

primer objetivo se analizó el nivel de los elementos tangibles, en el segundo se analizó el nivel de fiabilidad, en el tercer objetivo se analizó el nivel de capacidad de respuesta, en el cuarto objetivo se analizó el nivel de seguridad y por último el nivel de empatía, todos estos objetivos fueron analizados por medio de pruebas de hipótesis de diferencia de medias.

Finalmente, para el objetivo general se volvió a codificar los datos, agrupando las cinco dimensiones de la calidad de servicio y analizándolo también por medio de la prueba de hipótesis de diferencia de media, midiendo las expectativas con la percepción del cliente y resultando el nivel de la calidad de servicio de la empresa Altomayo.

3.7 Aspectos éticos.

A efectos de garantizar la seguridad del dato recogido, se desarrolló previamente un proceso de sensibilización a cada Cliente de la Cafetería “Altomayo” además de brindarles una carta de consentimiento informado, en la cual se comunica a la persona sobre los propósitos de la investigación y obtener su consentimiento voluntario para responder y complementar los instrumentos planteados.

Además, este estudio tuvo propósitos académicos, su fin no fue económico, más bien fue de carácter benéfico con la empresa dedicada a este rubro y estuvo basada en los principios de justicia y verdad, incluido los lineamientos de ética de investigación.

IV.- RESULTADOS

Para la presentación de los resultados en la presente investigación, se ha considerado aplicar el método SERVQUAL para medir la calidad de servicio de la cafetería; en tal sentido se procedió a aplicar la fórmula de calidad ($CS = P - E$), la cual nos indica que la calidad del servicio es igual a la prestación menos la expectativa, la que se expresa en niveles de satisfacción relacionados con los niveles de la calidad. Para la prueba de hipótesis se ha usado el método de comparación de dos medias muestrales.

Objetivo General: Determinar el nivel de Calidad de Servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco – 2021.

Se aplicó la fórmula de la Calidad de Servicio para el método SERVQUAL:

$$CS = P - E$$

En dónde:

CS = Calidad de servicio

P = Prestación del servicio

E = Expectativa sobre el servicio

Esta ecuación nos arrojará los niveles de satisfacción, los mismos que corresponderán a los niveles de calidad del servicio bajo la percepción del cliente.

Tabla 1

Comparación de las medias totales de la valoración del cliente tanto para la prestación como para la expectativa

	Prestación	Expectativa
Media	74.8500	91.0625
N	240	240
Desviación estándar	7.12254	7.08823

Nota. Cuestionario aplicado a los clientes.

$$(74.8500 - 91.0625) = -16.2125$$

Interpretación: Estos valores obtenidos, nos indica que al ser un valor negativo corresponde a insatisfacción, de acuerdo con los siguientes valores:

Tabla 2

Valoración de la satisfacción en función a la comparación de la expectativa y la prestación del servicio

10	MUY SATISFECHO
5	SATISFECHO
0	EQUILIBRIO
- 5	INSATISFECHO
- 10	MUY INSATISFECHO

Nota. Elaboración propia.

Interpretación: Si el valor obtenido supera negativamente el valor de -10, lo que indica es que existe mucha diferencia entre lo que espera el consumidor del servicio que brinda la cafetería y los que en verdad recibe como prestación en consecuencia al estar el cliente muy insatisfecho. En conformidad a la siguiente tabla:

Tabla 3

Niveles de satisfacción y su correspondiente nivel de calidad según comparación de las prestaciones y las expectativas

10	MUY SATISFECHOS	ALTA CALIDAD DE SERVICIO
5	SATISFECHO	
0	EQUILIBRIO	MEDIANA CALIDAD
- 5	INSATISFECHO	BAJO NIVEL DE CALIDAD
- 10	MUY INSATISFECHO	

Nota. Elaboración propia.

Interpretación: Considerando, los valores obtenidos y comparándolos con las tablas descritas, se obtiene que, frente al nivel de satisfacción del cliente, la calidad de servicio es muy bajo, dado que el valor calculado es igual a -16.2125.

H₀: La prestación del servicio en la cafetería no superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

H_a: La prestación del servicio de la cafetería supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

Estadísticamente sería:

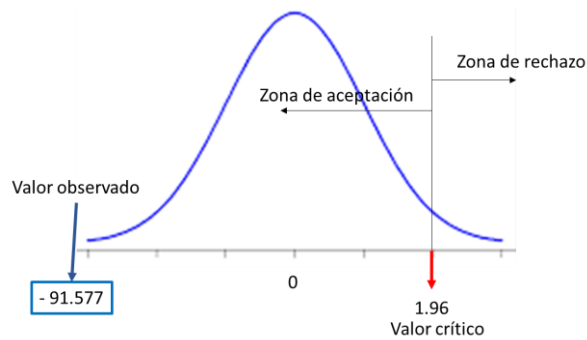
$$H_1: \mu_1 > \mu_2$$

$$H_0: \mu_1 \leq \mu_2$$

Efectuado los cálculos correspondientes se ha obtenido los resultados que se muestra en la siguiente figura:

Figura 1

Comprobación de la hipótesis de la calidad de servicio



Nota: figura muestra la campana de gauss o curva de distribución normal de la calidad de servicio.

Interpretación: La figura 1, muestra que el valor crítico supera al valor observado en forma significativa, en consecuencia, ello indica que se acepta la hipótesis nula que indica que la prestación del servicio no supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco 2021. Reafirmando así un nivel de calidad de servicio bajo.

Objetivo específico N° 1: Conocer el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021

a) Dimensión Elementos tangibles:

Paso 1: Formulación de la hipótesis.

H₀: Los elementos tangibles que presenta la cafetería no superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

H_a: Los elementos tangibles que presenta la cafetería superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

Estadísticamente sería:

$$H_1: \mu_1 > \mu_2$$

$$H_0: \mu_1 \leq \mu_2$$

Paso 2: Determinación del nivel de confianza o nivel de significancia y el α necesario para la prueba.

El nivel de confianza o nivel de significancia es de 95%, para un α de 0.05

Paso 3: Determinar el valor observado del estadístico de prueba y valor crítico del estadístico de prueba.

Para ello se utilizó los valores de las medias obtenidas mediante la siguiente

Tabla 4

Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de los elementos tangibles de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco

	Expectativa Elementos Tangibles	Prestación Elementos Tangibles
Media	20.5333	16.4708
N	240	240
Desviación estándar	2.41659	3.25987

Nota. Encuesta aplicada a los clientes.

$$(16.47-20.53) = -4.06$$

Para determinar el valor crítico del valor de comparación de medias entre la prestación y la expectativa en la dimensión elementos tangible, se aplicó la siguiente fórmula:

$$Z_c = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

En dónde:

Z_c = Valor observado de la prueba

X_1 = Valor de la media primera medición

X_2 = Valor de la media segunda medición

S_1^2 = Varianza de la primera medición

S_2^2 = Varianza de la segunda medición

n_1 = Tamaño de muestra primera medición

n_2 = Tamaño de la muestra segunda medición

Remplazando los valores en la fórmula:

$$Z_c = \frac{16.47 - 20.53}{\sqrt{\frac{5.86}{240} + \frac{10.63}{240}}}$$

$$Z_c = -15.492$$

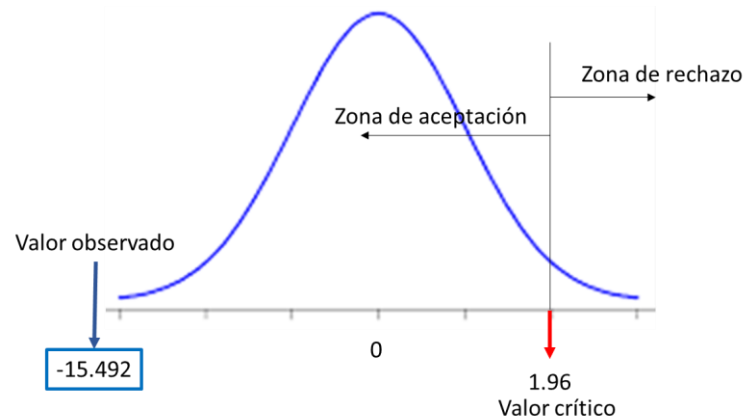
Paso 4: Determinación del Valor Crítico

Para un nivel de confianza de 0.95 el valor crítico en tabla es de 1.96

Paso 5: Comparación del valor observado versus el valor crítico:

Figura 2

Comprobación de la hipótesis de la dimensión Elementos tangibles



Nota: La figura muestra la campana de gauss o curva de distribución normal para la dimensión elementos tangibles.

Interpretación: La figura 2, muestra que el valor crítico es mucho mayor al valor observado, por lo que se ubica en la zona de aceptación, determinando que se apruebe la hipótesis nula y se rechace la hipótesis alternativa que dice “Los elementos tangibles que presenta la cafetería superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021”. Confirmando de esta manera un nivel de calidad de servicio bajo.

Objetivo específico N° 2: Conocer el nivel de calidad de la fiabilidad del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021

b) Dimensión Fiabilidad:

Paso 1: se formula la hipótesis nula para esta dimensión

H₀: La Percepción de la fiabilidad de la cafetería no supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

H_a: La Percepción de la fiabilidad de la cafetería supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

Estadísticamente sería:

$$H_1: \mu_1 > \mu_2$$

$$H_0: \mu_1 \leq \mu_2$$

Paso 2: Determinación del nivel de confianza o nivel de significancia y el α necesario para la prueba.

El nivel de confianza o nivel de significancia es de 95%, para un α de 0.05

Paso 3: Determinar el valor observado del estadístico de prueba y el valor crítico. Para ello utilizaremos los valores de las medias obtenidas mediante la siguiente Tabla.

Tabla 5

Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de la fiabilidad de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco

	Expectativa de la Fiabilidad	Prestación de la Fiabilidad
Media	16.5542	14.2083
N	240	240
Desviación estándar	1.64571	2.06746

Nota. Encuesta aplicada a los clientes.

$$(14.2083 - 16.5542) = - 2.34$$

Para determinar el valor crítico de la comparación de medias entre la prestación y la expectativa en la dimensión fiabilidad, se aplicará la siguiente fórmula:

$$Z_c = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

En dónde:

Z_c = Valor observado de prueba

X_1 = Valor de la media primera medición

X_2 = Valor de la media segunda medición

S_1^2 = Varianza de la primera medición

S_2^2 = Varianza de la segunda medición

n_1 = Tamaño de muestra primera medición

n_2 = Tamaño de la muestra segunda medición

Remplazando los valores en la fórmula:

$$Z_c = \frac{14.21 - 16.55}{\sqrt{\frac{1.78}{240} + \frac{1.80}{240}}}$$

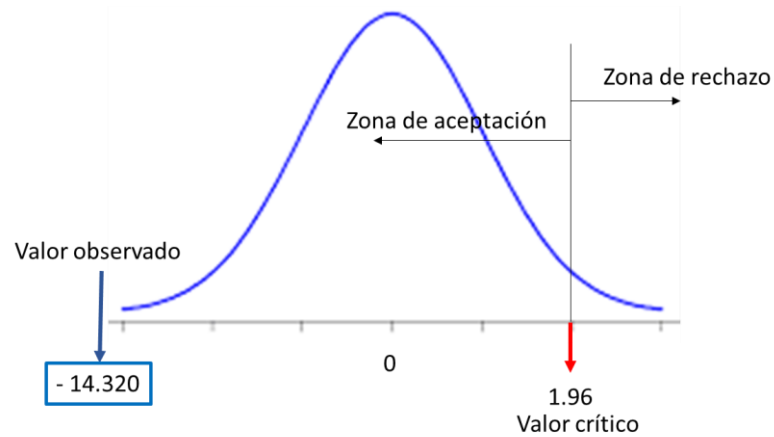
$$Z_c = - 14.320$$

Para un nivel de confianza de 0.95 el valor crítico en tabla es de 1.96

Paso 5: Comparación del valor observado versus el valor crítico:

Figura 3

Comprobación de la hipótesis de la dimensión de Fiabilidad



Nota: La figura muestra la campana de gauss o curva de distribución normal para la dimensión fiabilidad.

Interpretación: La figura 3, muestra que el valor crítico es mucho mayor al valor observado, por lo que se ubica en la zona de aprobación, determinando que se apruebe la hipótesis nula y se rechace la hipótesis alternativa que dice “La Percepción de la fiabilidad que presenta la cafetería superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021”. Dejando claro un nivel de calidad de servicio bajo.

Objetivo específico N° 3: Conocer el nivel de calidad de la capacidad de respuesta del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021

c) Dimensión Capacidad de Respuesta:

Paso 1: se formula la hipótesis nula para esta dimensión

H₀: La Capacidad de Respuesta del personal de la cafetería no superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

H_a: La Capacidad de Respuesta del personal de la cafetería superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

Estadísticamente sería:

$$H_1: \mu_1 > \mu_2$$

$$H_0: \mu_1 \leq \mu_2$$

Paso 2: Determinación del nivel de confianza o nivel de significancia y el α necesario para la prueba.

El nivel de confianza o nivel de significancia es de 95%, para un α de 0.05

Paso 3: Determinar el valor observado del estadístico de prueba y el valor crítico. Para ello utilizaremos los valores de las medias obtenidas mediante la siguiente Tabla.

Tabla 6

Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de la Capacidad de Respuesta de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco

	Expectativa Capacidad de Respuesta	Prestación de Capacidad de Respuesta
Media	16.5167	14.2875
N	240	240
Desviación estándar	1.65159	1.86485

Nota. Encuesta aplicada a los clientes.

$$(14.29 - 16.52) = -2.23$$

Para determinar el valor observado de la comparación de medias entre la prestación y la expectativa en la dimensión Capacidad de respuesta, se aplicará la siguiente fórmula:

$$Z_c = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

En dónde:

Z_c = Valor observado de prueba

\bar{X}_1 = Valor de la media primer medición

\bar{X}_2 = Valor de la media segunda medición

S_1^2 = Varianza de la primera medición

S_2^2 = Varianza de la segunda medición

n_1 = Tamaño de muestra primera medición

n_2 = Tamaño de la muestra segunda medición

Remplazando los valores en la fórmula:

$$Z_p = \frac{14.29 - 16.52}{\sqrt{\frac{1.65}{240} + \frac{1.86}{240}}}$$

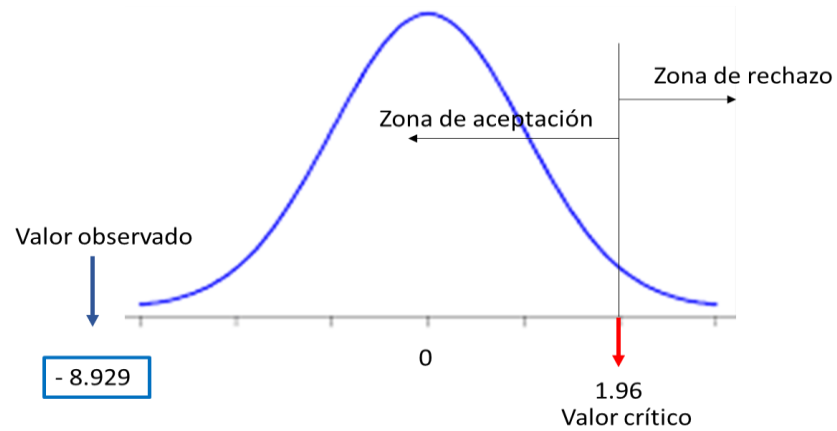
$$Z_p = - 8.929$$

Para un nivel de confianza de 0.95 el valor crítico en tabla es de 1.96

Paso 5: Comparación del valor observado versus el valor crítico:

Figura 4

Comprobación de la hipótesis de la dimensión Capacidad de respuesta



Nota: La figura muestra la campana de gauss o curva de distribución normal para la dimensión capacidad de respuesta.

Interpretación: La figura 4 muestra, que el valor crítico es mucho mayor al valor observado, por lo que se ubica en la zona de aceptación, determinando que se apruebe la hipótesis nula y se rechace la hipótesis alternativa que dice “La Capacidad de respuesta del personal de la cafetería supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021”. Quedando contundentemente un nivel de calidad de servicio bajo.

Objetivo específico N° 4: Conocer el nivel de calidad de la seguridad del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021

d) Dimensión Seguridad:

Paso 1: se formula la hipótesis nula para esta dimensión

H₀: La Percepción de la seguridad de la cafetería no supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

H_a: La Percepción de la seguridad de la cafetería supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

Estadísticamente sería:

$$H_1: \mu_1 > \mu_2$$

$$H_0: \mu_1 \leq \mu_2$$

En el paso 2: Determinación del nivel de confianza o nivel de significancia y el α necesario para la prueba.

El nivel de confianza o nivel de significancia es de 95%, para un α de 0.05

Paso 3: Determinar el valor observado del estadístico de prueba y el valor crítico. Para ello utilizaremos los valores de las medias obtenidas mediante la siguiente Tabla.

Tabla 7

Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de la seguridad de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco

	Expectativa de la seguridad	Prestación de la seguridad
Media	20.5875	18.9917
N	240	240
Desviación estándar	1.78342	1.79724

Nota. Encuesta aplicada a los clientes.

$$(18.99 - 20.58) = - 1.59$$

Para determinar el valor crítico de la comparación de medias entre la prestación y la expectativa en la dimensión seguridad, se aplicará la siguiente formula:

$$Z_c = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

En dónde:

Z_c = Valor observado de prueba

\bar{X}_1 = Valor de la media primera medición

\bar{X}_2 = Valor de la media segunda medición

S_1^2 = Varianza de la primera medición

S_2^2 = Varianza de la segunda medición

n_1 = Tamaño de muestra primera medición

n_2 = Tamaño de la muestra segunda medición

Remplazando los valores en la fórmula:

$$Z_p = \frac{18.99 - 20.58}{\sqrt{\frac{1.78}{240} + \frac{1.80}{240}}}$$

$$Z_p = -9.730$$

Para un nivel de confianza de 0.95 el valor crítico en tabla es de 1.96

Paso 5: Comparación del valor observado versus el valor crítico:

Figura 5

Comprobación de la hipótesis de la dimensión seguridad



Nota: La figura muestra la campana de gauss o curva de distribución normal para la dimensión seguridad.

Interpretación: La figura 5, muestra el valor crítico es mucho mayor al valor observado, por lo que se ubica en la zona de aceptación, determinando que se acepte la hipótesis nula y se rechace la hipótesis alternativa que dice “La Percepción de la seguridad que presenta la cafetería superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021”. Confirmando un nivel de calidad de servicio bajo.

Objetivo específico N° 5: Conocer el nivel de calidad de la empatía del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco,2021

e) Dimensión Empatía:

Paso 1: se formula la hipótesis nula para esta dimensión

H₀: La Percepción de la empatía de la cafetería no supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

H_a: La Percepción de la empatía de la cafetería supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.

Estadísticamente sería:

$$H_1: \mu_1 > \mu_2$$

$$H_0: \mu_1 \leq \mu_2$$

En el paso 2: Determinación del nivel de confianza o nivel de significancia y el α necesario para la prueba.

El nivel de confianza o nivel de significancia es de 95%, para un α de 0.05

Paso 3: Determinar el valor observado del estadístico de prueba y el valor crítico.

Para ello utilizaremos los valores de las medias obtenidas mediante la siguiente Tabla.

Tabla 8

Comparación de las medias de las expectativas y la prestación de la empatía de la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete del Cusco

	Expectativa de la Empatía	Prestación sobre la empatía
Media	16.5708	14.4292
N	240	240
Desviación estándar	1.81440	2.05652

Nota. Encuesta aplicada a los clientes.

$$(14.43 - 16.57) = - 2.14$$

Para determinar el valor crítico de la comparación de medias entre la prestación y la expectativa en la dimensión empatía, se aplicará la siguiente formula:

$$Z_c = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

En dónde:

Z_c = Valor observado de prueba

X_1 = Valor de la media primera medición

X_2 = Valor de la media segunda medición

S_1^2 = Varianza de la primera medición

S_2^2 = Varianza de la segunda medición

n_1 = Tamaño de muestra primera medición

n_2 = Tamaño de la muestra segunda medición

Remplazando los valores en la fórmula:

$$Z_p = \frac{14.43 - 16.57}{\sqrt{\frac{1.81}{240} + \frac{2.05}{240}}}$$

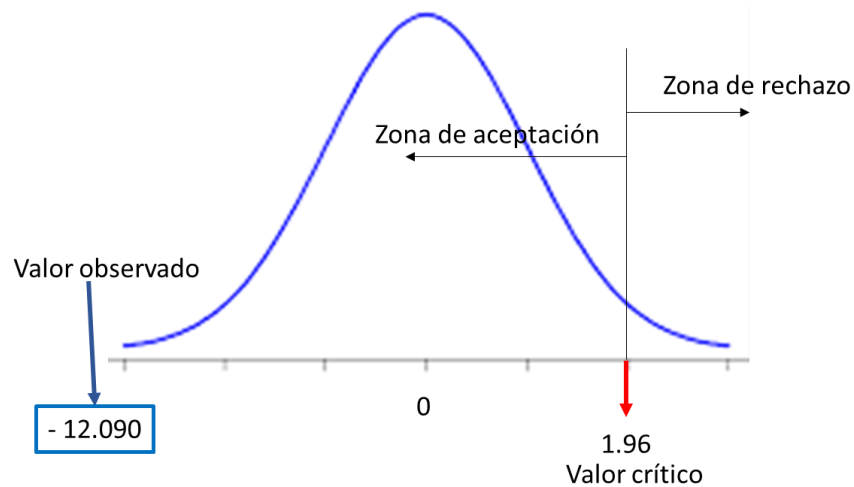
$$Z_p = - 12.090$$

Para un nivel de confianza de 0.95 el valor crítico en tabla es de 1.96

Paso 5: Comparación del valor observado versus el valor crítico:

Figura 6

Comprobación de la hipótesis de la dimensión empatía



Nota. La figura muestra la campana de gauss o curva de distribución normal para la dimensión empatía.

Interpretación: La figura 6, muestra el valor crítico es mucho mayor al valor observado, por lo que se ubica en la zona de aceptación, determinando que se apruebe la hipótesis nula y se rechace la hipótesis alternativa que dice “La Percepción de la empatía que presenta la cafetería superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021”. Diagnosticando que la calidad de servicio es baja.

V. DISCUSIÓN

En término de calidad de servicio, se ha escrito e investigado mucho, se han formulado diversos métodos para definir la calidad y también se han diseñado modelos explicativos y de medición de la calidad, no obstante, la teoría y el método de mayor credibilidad y el que más se usa en esta materia es el de Parasuraman et ál. (1988) o método SERVQUAL, que considera que la calidad no la define la empresa como producto o servicio, por el contrario la calidad está definida y determinada por el consumidor o cliente. Pero además esta definición ocurre al comparar dos condiciones una previo a recibir el servicio y el segundo posterior al servicio recibido, en consecuencia, el cliente antes de recibir un servicio cuenta con una perspectiva de lo que espera del servicio (ideal del servicio) o también denominada expectativa, y luego al recibir el servicio establece una comparación que puede ser positiva o negativa, es decir si su percepción o ideal del servicio es igual o superior al servicio recibido para este cliente la calidad del establecimiento es negativa, pero si la prestación del servicio es superior a su ideal o expectativa la calidad del servicio es positiva o es de calidad.

La presente investigación ha corroborado esta teoría, pues en las cinco dimensiones analizadas en la Cafetería del Aeropuerto Internacional Velasco Astete, se ha demostrado que los servicios prestados por la cafetería presentan deficiencias en relación con las expectativas de los clientes (ver tabla 7), concluyendo que la calidad de servicio es baja en la cafetería; además cabe indicar que los recientes estudios realizados por Norman y Galabo (2019), indica que la percepción de los consumidores (estudiantes) de un comedor escolar es moderadamente satisfactoria y la satisfacción de los estudiantes es satisfactoria, hecho que no concuerda o corrobora del todo al estudio realizado, sin embargo cabe indicar que el estudio de Norman, es incomprensible, dado que su objetivo es establecer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes, además indica que la relación entre la calidad de los estudiantes está asociada a la satisfacción del cliente, siendo esta conclusión obvia por teoría. Sin embargo, no ha demostrado el nivel de la calidad frente a las expectativas que es la mejor medición de la calidad. Por otro lado, nuestra investigación se ve corroborada por la investigación realizada por Serhan y Serhan (2019), concluyen

que la calidad de los alimentos sumada a la calidad del servicio determinan una relación significativa con la satisfacción, ello, confirma lo encontrado en la presente investigación pues según Parasuraman et ál. (1988) la percepción del consumidor sobre el producto o servicio recibido, determina un nivel de satisfacción y ésta a la valoración de la calidad del producto o servicio recibido.

El estudio realizado en la cafetería del Aeropuerto, demostró que, si los servicios prestados no son correspondientes con el nivel de expectativa de los consumidores, la calidad del servicio es puesto en cuestionamiento por parte del consumidor y determina bajo su percepción que la calidad es negativa o mala. En el estudio de Muhamad et ál. (2016), encontraron que de las cinco dimensiones del método SERVQUAL, los cinco tienen relación positiva con la satisfacción, sin embargo, la empatía es uno de los atributos que mayor relación tiene y la capacidad de respuesta es la de menor relación es decir débil. Pareciera que la capacidad de respuesta es menos percibible a la hora de definir la calidad por el consumidor, en el estudio que hemos realizado los cinco atributos se comportan de manera relacionada directamente a la hora de calificar la calidad por parte del cliente. En el estudio realizado por Carrasco (2017) se concluye que los elementos tangibles y de seguridad, los de mayor percepción por el cliente y los mejor calificados en ese estudio; todo ello son compatible con nuestro estudio, pues aunque nosotros hemos encontrado que los cinco dimensiones son negativas, es decir que en ninguna la cafetería ha logrado prestado servicios acorde con las expectativas del clientes las dimensiones de mayor negatividad Elementos tangibles con una diferencia de -4.06 y fiabilidad -2.34 (ver tablas 1 y 3), como se observa el consumidor del Aeropuerto tiene una mayor expectativa en la infraestructura y la fiabilidad que el establecimiento debe inspirar, sin embargo, el cliente no percibe que la infraestructura corresponda con su expectativa en esta dimensión.

Ello se explica, en la medida que las personas que normalmente asisten a un aeropuerto son de nivel socioeconómico A, B y C, y tiene una percepción de que el aeropuerto debe ser muy confortable, seguro y moderno, por tanto, si el establecimiento no cumple con estas condiciones, no cumple con las expectativas del consumidor y por ende su calidad se verá reducida frente al consumidor. Otro

aspecto importante detectado en el estudio es el relacionado es que la fiabilidad que es la dimensión que corresponde la inspiración de garantía, esto quiere decir que el consumidor considera que los establecimientos para ser de calidad deben inspirar confianza en lo que brindan, es decir los alimentos, los servicios y la seguridad deben ser muy bien establecidos para demostrar a los consumidores que el establecimientos es sinónimo de garantía y prestigio frente a los que brinda ya sea bienes o servicios, sin embargo, los clientes de la cafetería no considera que lo estén practicando o por lo menos no se percibe que así sea.

Otro estudio que merece discutirlo es el de Flores y Dávila (2017) cuyo objetivo principal fue evaluar la calidad del servicio en un restaurant mediante el método SERVPERF, habiendo obtenido que los clientes del restaurant están conformes con el servicio del personal, así como los potajes que brindan, sin embargo, se debe tomar en cuenta, que una cosa es medir la calidad en función a lo que recibe sin tomar en cuenta sus expectativas y otra cosa es considerar la comparación de las expectativas con el servicio prestado. Por ello este estudio nos sirve para comprender los resultados de nuestro estudio, pues se ha encontrado que en ninguna dimensión estudiada la prestación del servicio supera las expectativas, en consecuencia ello hace que el clientes califique la calidad de manera baja o faltar de calidad, es decir en el método SERVQUAL, lo que se evalúa son dos percepciones del cliente, la primera es la expectativas o esperanza de lo que desea que sea el servicio, frente a lo que verdaderamente recibe, en esta comparación el consumidor establece un nivel de satisfacción o insatisfacción, para que finalmente califique la calidad del servicio.

Del mismo modo Carrasco (2017) en su estudio mide el nivel de calidad en una entidad financiera en el área de reclamos de manera comparativa en dos años, llegando a la conclusión que el servicio mejoró de una año a otro, es bueno considerar en este estudio, al igual que el anterior, plantea el método SERVQUAL, pero no menciona que se haya efectuado las dos mediciones, hecho que no corresponde y cuyos resultados varían con el que se ha efectuado en el presente estudio, pues como se ha explicado una cosa es la medición de la calidad considerando solo el servicio y los producto y otra cosa mediar comparativamente

la calidad en función a la diferencia entre la prestación y la expectativas, es en función a ello que los resultados son diferentes, pero que aun así corroboran en parte los logros del estudio hecho.

Otro estudio factible de discusión, es el realizado por Quillahuaman (2018) concluyo en que la relación entre calidad de servicio y satisfacción al cliente es significativa. Lo cual permite entender que mientras haya una buena calidad de servicio, esta repercutirá en una buena satisfacción de los clientes. Según lo obtenido en la investigación, se confirma algo que teóricamente ya es conocido y de consideración de todos los estudiosos, pero de igual modo vemos que todo estudio que solo mide la calidad basado en solo lo que recibe el consumidor, difícilmente se obtendrá como resultado una contradicción entre el servicio y la calidad, mientras el método establecido por Parasuraman et ál., hace la diferencia ya que no hace una medición a ciegas de la consideración del cliente, lo que pasa es que la verdadera calidad no es producto de una sola dimensión, por el contrario en la teoría de Parasuraman et ál., indica cinco dimensiones para medir la calidad y parte de una comparación de la parte cognitiva previa del cliente con su posterior apreciación de calidad mediante el resultado de la diferencia entre esa medición previa (expectativas) y la posterior (prestación del servicio). Es por ello que este estudio también obtiene como resultado que existe relación entre las variables, es compatible con nuestro estudio, pues sabemos que, si existe relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción, sin embargo, la calidad del servicio, no es la misma debido que si el cliente compara los dos aspectos tanto expectativas como prestación el resultado va a ser muy diferente, eso que lo que se ha comprobado en nuestro estudio

Finalmente, el estudio demostró que los servicios de los establecimientos objeto de estudio no brinda el servicio óptimamente que permita sino superar por lo menos igualar con las expectativas del consumidor, de esa manera se vería beneficiada en cuanto a la calificación de su calidad, en razón a la satisfacción del consumidor, a diferencia con otros estudios, la investigación se ha ajustado a la teoría de Parasuraman et ál., para determinar la calidad de servicio a partir de las expectativas de los consumidores y la confrontación con la prestación recibida.

VI. CONCLUSIONES

1. El objetivo general de la presente investigación ha sido determinar el nivel de calidad de la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Velasco Astete en la ciudad del Cusco, el estudio encontró que el nivel de calidad es bajo (ver tabla 3), como consecuencia del nivel de insatisfacción negativo que tiene el consumidor con un valor de satisfacción de - 91.577, que corresponde al nivel muy insatisfecho (ver tabla 1).

2. Otro objetivo que pretendió alcanzar el estudio es conocer el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo, al respecto se encontró que existe una diferencia entre la media de la prestación y la media de la expectativa igual a -4.06 (ver tabla 4), determinando un nivel de satisfacción negativo, que corresponde al nivel de calidad de servicio bajo.

3. El siguiente objetivo fue conocer el nivel de calidad de la fiabilidad del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo; podemos indicar que el estudio obtuvo que en esta dimensión también hay un valor negativo por parte de los clientes igual a - 2.34 (ver tabla 6), indicando que hay un nivel de insatisfacción del cliente en su percepción de la fiabilidad, generando también un nivel de calidad bajo.

4. En cuanto a conocer el nivel de calidad de la capacidad de respuesta del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, en esta dimensión también se obtuvo que el consumidor reflejó un valor negativo de -2.23 (ver tabla 5), determinando de esta manera que el nivel de calidad en esta dimensión también se presenta bajo.

5. Respecto a conocer el nivel de calidad de la seguridad del servicio al Cliente en la Cafetería, se pudo concluir que el cliente al comparar su expectativa con su experiencia en la cafetería se obtuvo un valor de -1.59 (ver tabla 6), indicando que, de la misma manera para el consumidor de la cafetería, esta no garantiza seguridad en consecuencia le corresponde un nivel bajo de calidad en cuanto a la seguridad que percibe el cliente.

6. Finalmente, en lo concerniente a conocer el nivel de calidad de la empatía del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, se obtuvo un valor igual a -2.14 (ver tabla 7), determinando una insatisfacción en este aspecto y determinando un bajo nivel de calidad en cuanto a la empatía.

VII. RECOMENDACIONES

Considerando, las conclusiones descritas en los párrafos anteriores, se puede proponer las siguientes recomendaciones:

Al gerente de la empresa se le recomienda a:

- Mejorar sustancialmente en todas las dimensiones que el cliente percibe en el establecimiento para mejorar la satisfacción y luego contar con la aprobación del consumidor en cuanto a la calidad del servicio ofrecido.
- Mejorar la infraestructura u condicionamiento del local debido es la mayor causa de insatisfacción del consumidor, de esta forma hacer que cliente se sienta cómodo, seguro y satisfecho con el ambiente, el otro aspecto muy importante es la fiabilidad, en este caso, se debe dar más muestra de higiene, presencia y servicio apropiado en la atención y pulcritud de los empleados.

A los investigadores se les recomienda a:

- Realizar estudio relacionados con la calidad de servicio no solo se limiten a efectuar relaciones de variables, por el contrario, es importante establecer efectos y significado de las posiciones que adoptan los clientes frente a las prestaciones y sus expectativas. Pues de esta manera el método SERVQUAL, tiene un verdadero valor en el incremento y desarrollo de la teoría.

REFERENCIAS

- Akhtar, J. (2011). Determinants Of Service Quality And Their Relationship With Behavioural Outcomes: Empirical Study Of The Private Commercial Banks In Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 6(11), 146-156. 10.5539/ijbm.v6n11p146
- Akter, S., Ambra, J., & Ray, P. (2010). Service quality of mHealth platforms: development and validation of a hierarchical model using PLS. *Electron Market*, 20(3), 209-227. 10.1007/s12525-010-0043-x
- Berkley, B. y Gupta, A. (1994). Improving service quality with information technology. *International Journal of Information Management*, 14(2), 109-121. [https://doi.org/10.1016/0268-4012\(94\)90030-2](https://doi.org/10.1016/0268-4012(94)90030-2)
- Brady, M. y Cronin, J. (2001). Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34-50.
- Broderick, A. y Vachirapornpuk, S. (2002). Service quality in Internet banking: the importance of customer role. *Marketing Intelligence & Planning*, 20(6), 327-335.
- Carrasco, P. (2017). *Evaluación comparativa de la calidad de servicio que ofrece en el Área de Atención de Reclamos del Banco de la Nación Oficina Principal Chiclayo, comparando los años 2014 y 2015* [Tesis de licenciamiento, Universidad Católica Santo Toribio]. Repositorio institucional Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/987/1/TL_CarrascoPerezSilviaStefany.pdf.pdf
- Chang, Y. y Yeh, C. (2002). A survey analysis of service quality for domestic airlines. *European Journal of Operational Research*, 139(1), 166-177.
- Cronin, J. y Taylor, S. (1992). Measuring service quality - A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. 10.2307/1252296

- Cunningham, L., Young, C. y Moonkyu, L. (2002). Cross- Cultural Perspectives of Service Quality and Risk in Air Transportation. *Journal of Air Transportation*, 7(1), 3-26.
- Cunningham, L., Young, C. y Lee, M. (2004). Perceptions of Airline Service Quality: Pre and Post 9/11. *Public Works Management & Policy*, 9(1), 10-25.
10.1177/1087724x04265135
- Czarniecka, E., Górska, H. y Laskowski, W. (2019). Consumer Choices and Service Quality in the University Canteens in Warsaw, Poland. *Environmental Research and Public Health*, 16(19), 1-19.
<https://doi.org/10.3390/ijerph16193699>
- Dabholkar, P., Thorp, D., y Rentz, J. (1996). A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16.
- Dagger, T., Sweeney, J. y Johnson, L. (2007). A Hierarchical Model of Health Service Quality. Scale Development and Investigation of an Integrated Model. *Journal of Service Research*, 10(2), 123-142.
10.1177/1094670507309594
- Dagger, T., Sweeney, J., y Johnson, L. (2007). A Hierarchical Model of Health Service Quality. Scale Development and Investigation of an Integrated Model. *Journal of Service Research*, 10(2), 123-142.
10.1177/1094670507309594
- Económica. (2020, 29 de Octubre). *Covid-19 y turismo: en qué medida afecta la pandemia a este sector en Perú y en el mundo*. Economía.
<https://economica.pe/covid-19-y-turismo-en-que-medida-afecta-la-pandemia-a-este-sector-en-peru-y-en-el-mundo/>
- Flores Diaz, M. B., y Davila Torres, K. G. (2017). *Evaluación de la calidad del servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro de Lambayeque* [Tesis de licenciado, Universidad Católica Santo Toribio]. Repositorio institucional Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/848/1/TL_DavilaTorresKaren_FloresDiazMeliza.pdf

- Frost, F. y Kumar, M. (2000). INTSERVQUAL – an internal adaptation of the GAP model in a large service organisation. *Journal of Services Marketing*, 14(5), 358-377. 10.1108/08876040010340991
- Grönroos, C. (1982). An applied service marketing theory. *European journal of marketing*, 16(7), 30-41.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model And Its Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44. <http://dx.doi.org/10.1108/EUM00000000004784>.
- Grönroos, C. (1998). Marketing Services: The Case Of A Missing Product. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 13(4), 322-338.
- Hernández, S., Fernandez, C., y Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- Kaura, V., Datta, S. y Vyas, V. (2012). Impact of Service Quality on Satisfaction and Loyalty: Case of Two Public Sector Banks. *Vilakshan: The XIMB Journal of Management*, 9(2), 65-76.
- Khan, M. y Fasih, M. (2014). Impact of service quality on customer satisfaction and customer loyalty: Evidence from banking sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 8(2), 314-331.
- Lehtinen, U. y Lehtinen, J. (1982). *Service quality: a study of quality dimensions*. Service Management Institute.
- Lin, Y., Lai, H. y Yeh, C. (2007). Consumer-oriented product form design based on fuzzy logic: A case study of mobile phones. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 37(3), 531-543.
- Liou, J. y Tzeng, G. (2007). A non-additive model for evaluating airline service quality. *Journal of Air Transport Management*, 13(3), 131-138. 10.1016/j.jairtraman.2006.12.002

- Mencías, J. y Oglietti, G. (2020, 26 de Mayo). *Covid-19 y el desplome del turismo en Latinoamérica*. <https://www.celag.org/covid19-y-el-desplome-del-turismo-en-latinoamerica/>
- Monroy, M. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación administración*, 148(123), 1-16. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782019000100006&script=sci_arttext
- Muhamad, S., Hashim, F. y Rozila A. (2016). Service Quality, Customers' Satisfaction and the Moderating Effects of Gender: A Study of Arabic Restaurants. *Elsevier*, 224(15), 384-392. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.393>
- Naghi, M. (2000). *Metodología de la investigación*. Limusa.
- Norman, R. y Galabo, E. (2019). Canteen Service Quality And Student Satisfaction. *International Journal of Scientific y Technology*, 8(13), 1-13. <http://www.ijstr.org/final-print/june2019/Canteen-Service-Quality-And-Student-Satisfaction.pdf>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 5(2), 41-50.
- Quillahuaman, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción del cliente en los restaurantes de chicharrones de cerdo del distrito de Saylla de la provincia del Cusco en el periodo 2015-2016* [Tesis de licenciamiento, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco].
- Rahman, S., Khan, H. y Haque, M. (2012). A Conceptual Study on The Relationship Between Service Quality Towards Customer Satisfaction: Servqual and Gronroos"s Service Quality Model Perspective. *Canadian Centre of Science and Education*, 8(13), 201-210.

- Rust, R. y Oliver, R. (1994). Service Quality: Insights and managerial implications from the frontier In R. T. Rust & R. L. Oliver (Eds.). *Service Quality: New directions in theory and practice*, 1-19.
- Santos, J. (2003). E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality*, 13(3), 233-246.
- Schneider, B., Ehrhart, M., Mayer, D., Saltz, J. y Niles-Jolly, K. (2005). Understanding organization-customer links in service settings. *Academy of Management Journal*, 48(6), 1017-1032.
- Serhan, M. y Serhan, C. (2019). The Impact of Food Service Attributes on Customer Satisfaction in a Rural University Campus Environment. *International Journal of Food Science*, 2019, 1-13.
- Seth, N., Deshmukh, S. y Vrat, P. (2005). Service quality models: a review. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), 913-949. 10.1108/02656710510625211
- Tsaur, S., Chang, T. y Yen, C. (2002). The evaluation of airline service quality by fuzzy MCDM. *Tourism Management*, 23(2), 107-115. 10.1016/S0261-5177(01)00050-4
- Zhu, F., Wymer, W. y Chen, I. (2002). IT-based services and service quality in consumer banking. *International Journal of Service Industry Management*, 13(1), 69-90.

ANEXOS


ANEXO 1: Matriz de la operacionalización de la variable

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Parasuraman, Zeithaml Y Berry (1985) definieron la calidad del servicio como la comparación que surge de lo que los clientes sienten que se supone que debe ofrecer una empresa y el desempeño real del servicio de la empresa	.La calidad de servicio es la diferencia entre la expectativa y la percepción de los clientes lo cual se mide a través de los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía	Elementos tangibles	Apariencia física, equipos, personal y materiales de comunicación.	Ordinal
		Fiabilidad	Información clara y precisa. Cumplimiento de horario de entrega del servicio. Cumplimiento de protocolos	
		Capacidad de respuesta	Rapidez al responder al cliente Rapidez al atender las consultas de los clientes Voluntad de empleados para ayudar a los clientes y proporcionar servicios rápidos.	
		Seguridad.	Conocimientos del servicio por parte del empleado Conocimiento en la preparación por parte de la cocina los empleados Habilidades para concitar credibilidad y confianza.	
		Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes Cortesía por parte de los empleados. Interés de los empleados a servir al cliente	

ANEXO 2: Matriz de consistencia lógica

Problema	Objetivo	Hipótesis	VARIABLES	Metodología				
<p>Problema general ¿Cuál es el nivel de Calidad de Servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar el nivel de Calidad de Servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco – 2021.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>a) Conocer el nivel de calidad de los elementos tangibles del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021</p> <p>b) Conocer el nivel de calidad de la fiabilidad del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021</p> <p>c) Conocer el nivel de calidad de la capacidad de respuesta del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021</p> <p>d) Conocer el nivel de calidad de la seguridad del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021</p> <p>e) Conocer el nivel de calidad de la empatía del servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco, 2021</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>H_i: La prestación del servicio en la cafetería superan las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.</p> <p>H₀: La prestación del servicio de la cafetería no supera las expectativas de los clientes que asisten a la Cafetería Altomayo del Aeropuerto Internacional Velasco Astete Cusco 2021.</p>	<p>Variable independiente: Calidad de servicio</p> <p><u>Dimensiones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementos tangibles - Fiabilidad - Capacidad de respuesta - Seguridad - Empatía <p><u>Indicadores:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Apariencia física • Equipos • Personal y materiales de comunicación • Información clara y precisas • Cumplimiento del horario de entrega • Cumplimiento de protocolos • Rapidez al responder al cliente • Atención de consultas • Voluntad de los empleados para ayudar. • Conocimientos de los servicios • Conocimiento de la preparación del servicio • Habilidades para concitar credibilidad • Atención personalizad • Cortesía • Interés. 	<p>Tipo de investigación Investigación de tipo Aplicada.</p> <p>Diseño de investigación Diseño no Experimental - transaccional.</p> <p>Población.- La población estuvo constituida por los clientes de la Cafetería Altomayo que ingresan en una semana, estas fueron aproximadamente 240 personas.</p> <p>Muestra.- Debido a que la población considerada es pequeña, se utilizó una muestra censal es decir a todos los miembros de la población.</p> <p>Muestreo El tipo de muestreo fue no probabilístico.</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Técnica</th> <th>Instrumento</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Encuesta</td> <td>Cuestionario</td> </tr> </tbody> </table> <p>Técnicas de procesamiento y análisis de datos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operaciones estadísticas. • Estadígrafos o gráficas estadísticas. • Estadística inferencial. 	Técnica	Instrumento	Encuesta	Cuestionario
Técnica	Instrumento							
Encuesta	Cuestionario							

Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos

CUESTIONARIO PARA MEDIR <u>EXPECTATIVAS</u> DE LOS CLIENTES SOBRE EL SERVICIO DE LA CAFETERIA "ALTOMAYO"			
Persona Natural:	() Turista Nacional () Turista Extranjero	Edad ()	
Persona Jurídica:	() Cliente externo () Trabajador Interno		
Cliente de Cafetería "Altomayo"	() Habitual () Ocasional () Accidental	Sexo:	() Hombre () Mujer

INSTRUCCIONES:

A continuación, se te presenta una serie de afirmaciones que hacen referencia a la **CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE** en la Cafetería "Altomayo". Utiliza la siguiente escala para calificar cada una de ellas de acuerdo con el grado en que reflejan tus **EXPECTATIVAS sobre el servicio**. El instrumento tiene carácter anónimo e individual. Se debe colocar una (X) en el recuadro

1	2	3	4	5
Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N°	ITEMS	Totalmente en Desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	¿Cuando usted pensó asistir a la cafetería del Aeropuerto, se imaginó que esta contaría con instalaciones, mobiliario, equipos y ambientes totalmente modernos?					
2	¿Al decidir visitar la cafetería pensó que tendría instalaciones (baños, caja, mesas), totalmente higiénicas, limpias y visualmente atractivas?					
3	¿Cuándo decide ir a la cafetería tuvo en mente que el personal que lo atendería tendría buena apariencia, vestido higiénicamente y agradable?					
4	¿Antes de llegar a la cafetería consideró que tanto el ambiente como la carta y la publicidad dentro de la cafetería serían visualmente sobria y atractiva?					
5	¿Ha considerado en algún momento que en la cafetería usted recibiría un servicio excelente como correspondería a un establecimiento en un aeropuerto?					
6	¿Ha pensado usted que cuando tenga algún problema el personal de la cafetería mostraría interés inmediato y sincero en solucionarlo?					
7	¿Ha Tenido en mente que en esta cafetería recibiría correcta y exactamente lo que ordenara, desde la primera vez que realice su pedido?					
8	¿Ha considerado usted que la cafetería cumpliría siempre con los tiempos establecidos para la entrega de órdenes?					
9	¿Esperó siempre que los alimentos que brindaría la cafetería sean preparados con suma higiene y suficiente calidad y cantidad?					
10	¿Consideró en algún momento que el personal de la cafetería, al solicitar o preguntar algo le informarían exactamente en qué momento se lo proporcionarían y cumplirían con ello?					
11	¿Pensó usted que el personal de la cafetería, siempre estaría atento y dispuesto a atenderlo y ayudarlo?					
12	¿Usted consideró en algún momento que el tiempo que el personal de la cafetería demore en recibir y entregar su orden sería el adecuado?					
13	¿Ha pensado usted que la manera en que el personal de la cafetería responda a sus solicitudes sería siempre atenta y agradable?					
14	¿En algún momento esperó encontrar en la cafetería personal cuyo comportamiento y presencia le inspire confianza?					
15	¿Se imaginó que esta cafetería le haría sentirse totalmente seguro al consumir los alimentos y productos que le brinde el establecimiento?					
16	¿Sintió con seguridad que al momento de pedir la cuenta y cobrarle, el personal de la cafetería actuaría con total integridad y honestidad?					
17	¿Ha deseado encontrar que el personal de la cafetería tenga los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a sus preguntas?					
18	¿Consideró usted que el personal de la cafetería siempre estaría atento a sus necesidades, deseos y solicitudes?					
19	¿Se imaginó que el personal de la cafetería siempre estaría con una sonrisa en el rostro; totalmente optimista y se muestre interesado por servir a los clientes?					
20	¿Esperó usted que el trato y amabilidad que recibiría por parte del personal de la cafetería sería individual y personalizado?					
21	¿En definitiva consideró que el ambiente de la cafetería sería agradable y lo haría sentir cómodo y seguro?					
22	¿Consideró que el horario de apertura o atención de la cafetería sería el adecuado?					

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE LA CAFETERIA "ALTOMAYO"

Persona Natural:	<input type="checkbox"/> Turista Nacional	Edad ()	
Persona Jurídica:	<input type="checkbox"/> Turista Extranjero		
	<input type="checkbox"/> Cliente externo		
	<input type="checkbox"/> Trabajador Interno		
Cliente de Cafetería "Altomayo"	<input type="checkbox"/> Habitual	Sexo:	<input type="checkbox"/> Hombre
	<input type="checkbox"/> Ocasional		<input type="checkbox"/> Mujer
	<input type="checkbox"/> Accidental		

INSTRUCCIONES:

A continuación, se te presenta una serie de afirmaciones que hacen referencia a la **CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE** en la Cafetería "Altomayo". Utiliza la siguiente escala para calificar cada una de ellas de acuerdo con el grado en que reflejan la forma en que recibió la **PRESTACIÓN del servicio**. El instrumento tiene carácter anónimo e individual. Se debe colocar una (X) en el recuadro correspondiente de acuerdo a los siguientes enunciados:

1	2	3	4	5
Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

N°	ITEMS	Totalmente en Desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	¿Después de haber recibido el servicio considera que la cafetería cuenta con instalaciones, mobiliario, equipos y ambientes totalmente modernos?					
2	¿Considera que las instalaciones (baños, caja, mesas), están totalmente higiénicas, limpias y visualmente atractivas?					
3	¿Para usted el personal que lo atendió tiene buena apariencia, está vestido higiénicamente y es agradable?					
4	¿Consideró que tanto el ambiente como la carta y la publicidad dentro de la cafetería es visualmente sobria y atractiva?					
5	¿Ha recibido usted un servicio excelente como correspondería a un establecimiento en un aeropuerto?					
6	¿Ha experimentado que el personal de la cafetería mostró interés inmediato y sincero en solucionar algún problema de atención?					
7	¿Ha recibido usted de manera correcta y exactamente lo que ordenó, desde la primera vez que realizó su pedido?					
8	¿Ha cumplido la cafetería siempre con los tiempos establecidos para la entrega y atención de sus órdenes?					
9	¿Ha percibido usted que los alimentos que le ha brindado la cafetería han sido preparados con suma higiene y suficiente calidad y cantidad?					
10	¿Al momento de solicitar o preguntar algo le informaron exactamente en qué momento se lo proporcionarían y cumplirían con ello?					
11	¿Percibió usted que el personal de la cafetería, siempre estuvo atento y dispuesto a atenderlo y ayudarlo?					
12	¿Ha percibido que el tiempo que el personal de la cafetería demoró en recibir y entregar sus ordenes ha sido el adecuado?					
13	¿Ha pensado usted que la manera en que el personal de la cafetería responda a sus solicitudes sería siempre atenta y agradable?					
14	¿Considera que encontró en la cafetería, el personal cuyo comportamiento y presencia le inspiró confianza?					
15	¿Se sintió en la cafetería totalmente seguro al consumir los alimentos y productos que le brindaron?					
16	¿Al momento de pedir la cuenta y cobrarle, el personal de la cafetería actuó con total integridad y honestidad?					
17	¿Ha percibido que el personal de la cafetería tiene los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a sus preguntas?					
18	¿Ha experimentado usted que el personal de la cafetería siempre ha estado atento a sus necesidades, deseos y solicitudes?					
19	¿Ha percibido que el personal de la cafetería siempre está con una sonrisa en el rostro; totalmente optimista y se muestra interesado por servir a los clientes?					
20	¿El trato y amabilidad que ha recibido por parte del personal de la cafetería ha sido individual y personalizado?					
21	¿En definitiva el ambiente de la cafetería es para usted agradable y lo ha hecho sentir cómodo y seguro?					
22	¿Considera que el horario de apertura y atención de la cafetería es el adecuado?					

ANEXO 4: Ficha técnica de los instrumentos

Nombre del instrumento	Cuestionario para medir expectativas del servicio
Autores y Año	León Molina Ever Puelles Caceres Yenifer
Adaptación	León Molina Ever Puelles Caceres Yenifer
Universo de estudio	Clientes de la Cafetería Altomayo
Nivel de confianza	95%
Margen de error	5%
Tamaño muestral	240 Clientes
Tipo de técnica	Encuesta.
Tipo de instrumento	Cuestionario.
ítems	22 preguntas.
Escala de medición	Ordinal.
Forma de aplicación	Presencial.
Tiempo utilizado	20 minutos.
Tipo de validación del instrumento	Juicio de Expertos.
Validadores (expertos)	a) Bermúdez García, Giovani b) Linares Cazola, José c) Carranza Gálvez, Patricia

Nombre del instrumento	Cuestionario para medir la percepción del servicio
Autores y Año	León Molina Ever Puelles Caceres Yenifer
Adaptación	León Molina Ever Puelles Caceres Yenifer
Universo de estudio	Clientes de la Cafetería Altomayo
Nivel de confianza	95%
Margen de error	5%
Tamaño muestral	240 Clientes
Tipo de técnica	Encuesta.
Tipo de instrumento	Cuestionario.
ítems	22 preguntas.
Escala de medición	Ordinal.
Forma de aplicación	Presencial.
Tiempo utilizado	20 minutos.
Tipo de validación del instrumento	Juicio de Expertos.
Validadores (expertos)	a) Bermúdez García, Giovani b) Linares Cazola, José c) Carranza Gálvez, Patricia

Anexo 5: Base de datos

NÚMERO DE PREGUNTAS DE LA ENCUESTA EXPECTATIVAS																								
NÚMERO DE ENCUESTADOS	N°	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P1 7	P1 8	P1 9	P2 0	P2 1	P2 2	
	1	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	3	
	2	3	4	3	4	2	2	3	3	4	3	4	4	3	4	5	4	2	4	2	3	4	4	
	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
	4	2	3	4	4	2	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	
	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	
	6	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	8	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
	9	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
	10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
	11	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
	12	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5
	13	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
	14	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
	15	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
	16	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	17	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	18	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
	19	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5
	20	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
	21	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
	22	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
	23	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
	24	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
	25	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
	26	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
	27	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4
	28	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
	29	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	30	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
	31	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
	32	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3
	33	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5
	34	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
	35	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3
	36	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
	37	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5

38	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	5
39	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5
40	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5
41	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	3	5	5	3	4	5
42	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	4
43	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3
44	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
45	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
46	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4
47	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3
48	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4
49	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
50	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5
53	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	3	3	5	4	4	3
54	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
55	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	3	3
56	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
59	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4
60	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
61	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
62	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
64	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5
67	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	5
68	4	4	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	5	5	4	5	3	4	4	4
69	5	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5
70	4	3	3	4	5	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5
71	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5
72	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3
73	2	4	4	4	2	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	5
74	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
76	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
77	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
78	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3
79	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
80	3	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3

81	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
82	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3
83	3	5	5	4	5	5	3	5	5	3	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4
85	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
86	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
87	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
88	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
89	3	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
91	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3
96	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
98	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	5	3	5	5	5	3
99	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
100	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
101	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
102	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
103	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
104	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
106	5	5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	3
107	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
108	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
109	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5
110	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
111	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4
114	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
115	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
116	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
117	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	3	3
118	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5
119	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4
120	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	4

12	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
12	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
12	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5
12	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5
12	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
12	6	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
12	7	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
12	8	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
12	9	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
13	0	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
13	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
13	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
13	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5
13	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
13	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
13	6	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
13	7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
13	8	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	9	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	4
14	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
14	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
14	2	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
14	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
14	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	5
14	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
14	6	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
14	7	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
14	8	3	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3
14	9	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	3	4	4	4	5
15	0	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5
15	1	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
15	2	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4
15	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
15	6	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4
15	7	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4
15	8	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5

159	4	4	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	3	3	5	
160	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	3	4	5
161	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4
162	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5
163	4	4	3	4	5	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	5	5	3	5	3	3	4	5
164	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
165	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
166	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
167	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
168	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
169	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
170	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
171	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
172	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
173	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
174	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5
175	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
176	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
179	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
180	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4
181	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4
182	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
183	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
184	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
186	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
187	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
188	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
189	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
190	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
191	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
192	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
193	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
194	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
195	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
196	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4

197	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
198	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
199	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
200	3	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3
201	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
202	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
203	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3
204	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
205	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
206	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4
207	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
208	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
209	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3
210	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3
211	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
212	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
213	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4
214	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
215	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3
216	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
217	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
218	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
219	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3
220	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
221	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
222	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5
223	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	5
224	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	5	2	4	4
225	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	5
226	4	4	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	3	5
227	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	5
228	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
229	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3
230	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
231	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
232	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
233	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
234	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4

30	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
31	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
32	4	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3
33	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5
34	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
35	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	3	3
36	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
37	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
38	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	4	5	5
39	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5
40	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5
41	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	3	5	5	3	4	5
42	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	5	4
43	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3
44	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
45	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
46	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4
47	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3
48	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4
49	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
50	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5
53	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	3	3	5	4	4	3
54	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3
55	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	3	3
56	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4
59	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4
60	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
61	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
62	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
64	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5
67	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	5
68	4	4	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	5	5	4	5	3	4	4	4
69	5	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5
70	4	3	3	4	5	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5
71	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5
72	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3

73	2	4	4	4	2	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	5
74	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
76	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
77	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
78	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3
79	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
80	3	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3
81	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
82	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3
83	3	5	5	4	5	5	3	5	5	3	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4
85	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
86	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
87	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
88	5	5	5	5	3	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
89	3	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
91	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3
96	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4
98	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	5	3	5	5	3
99	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4
100	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4
101	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
102	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
103	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
104	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	5
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
106	5	5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	3
107	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4
108	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
109	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5
110	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
111	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4

11	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
11	6	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4
11	7	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	3
11	8	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	5
11	9	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4
12	0	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4
12	1	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
12	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5
12	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5
12	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5
12	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4
12	6	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
12	7	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
12	8	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
12	9	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
13	0	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3
13	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5
13	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
13	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
13	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
13	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
13	6	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
13	7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
13	8	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	9	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4
14	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
14	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
14	2	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5
14	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4
14	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5
14	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
14	6	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
14	7	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
14	8	3	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3
14	9	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5
15	0	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
15	1	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5

19	0	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4		
19	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	
19	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
19	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
19	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
19	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
19	6	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
19	7	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
19	8	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
19	9	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	
20	0	3	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	
20	1	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	
20	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	
20	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
20	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	
20	6	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4
20	7	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	
20	8	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
20	9	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	
21	0	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	
21	1	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
21	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	
21	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	
21	4	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	
21	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	
21	6	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	7	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
21	8	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
21	9	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	
22	0	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	1	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
22	2	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
22	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	4	4	5	
22	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	5	2	4	2	4	
22	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	
22	6	4	4	4	3	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	3	5	4	3	4	5	
22	7	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	5	5	

22	8	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
22	9	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	
23	0	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
23	1	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5
23	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
23	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
23	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	7	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5
23	8	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
23	9	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
24	0	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3

Anexo 6: Prueba de confiabilidad de los instrumentos.

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,957	,960	44

Estadísticas de elemento

	Media	Desviación estándar	N
P1A	4,0000	,47140	10
P2A	4,4000	,69921	10
P3A	4,4000	,51640	10
P4A	4,5000	,52705	10
P5A	3,9000	1,19722	10
P6A	4,1000	,73786	10
P7A	4,3000	,67495	10
P8A	4,0000	,94281	10
P9A	4,2000	,42164	10
P10A	4,3000	,48305	10
P11A	4,3000	,48305	10
P12A	4,0000	,94281	10
P13A	4,2000	,91894	10
P14A	3,8000	,78881	10
P15A	4,3000	,48305	10
P16A	4,6000	,51640	10

P17A	3,9000	,99443	10
P18A	4,4000	,51640	10
P19A	4,1000	,87560	10
P20A	4,2000	,42164	10
P21A	4,2000	,78881	10
P22A	4,0000	,47140	10
P1B	4,0000	,47140	10
P2B	4,4000	,69921	10
P3B	4,3000	,48305	10
P4B	4,3000	,48305	10
P5B	4,1000	,73786	10
P6B	4,1000	,73786	10
P7B	4,3000	,67495	10
P8B	4,0000	,94281	10
P9B	4,2000	,63246	10
P10B	4,2000	,42164	10
P11B	4,2000	,63246	10
P12B	3,8000	1,13529	10
P13B	4,3000	,67495	10
P14B	4,0000	1,15470	10
P15B	4,3000	,48305	10
P16B	4,5000	,52705	10
P17B	4,2000	1,31656	10
P18B	4,2000	,63246	10
P19B	4,2000	,63246	10
P20B	4,2000	,42164	10
P21B	4,3000	,67495	10
P22B	4,5000	,52705	10

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1A	180,7000	343,789	,381	.	,957
P2A	180,3000	338,900	,439	.	,957
P3A	180,3000	344,011	,334	.	,957
P4A	180,2000	338,178	,631	.	,956
P5A	180,8000	315,956	,782	.	,955
P6A	180,6000	329,822	,758	.	,955

P7A	180,4000	334,044	,656	.	,955
P8A	180,7000	325,344	,719	.	,955
P9A	180,5000	342,056	,541	.	,956
P10A	180,4000	339,822	,596	.	,956
P11A	180,4000	338,711	,660	.	,956
P12A	180,7000	325,789	,705	.	,955
P13A	180,5000	330,278	,585	.	,956
P14A	180,9000	328,322	,760	.	,955
P15A	180,4000	345,378	,282	.	,957
P16A	180,1000	336,322	,744	.	,955
P17A	180,8000	319,067	,862	.	,954
P18A	180,3000	338,011	,653	.	,956
P19A	180,6000	330,267	,617	.	,956
P20A	180,5000	340,500	,643	.	,956
P21A	180,5000	332,944	,594	.	,956
P22A	180,7000	338,233	,705	.	,956
P1B	180,7000	343,789	,381	.	,957
P2B	180,3000	345,789	,169	.	,958
P3B	180,4000	338,711	,660	.	,956
P4B	180,4000	340,933	,533	.	,956
P5B	180,6000	329,822	,758	.	,955
P6B	180,6000	339,378	,396	.	,957
P7B	180,4000	340,489	,391	.	,957
P8B	180,7000	325,344	,719	.	,955
P9B	180,5000	340,278	,429	.	,957
P10B	180,5000	342,722	,498	.	,956
P11B	180,5000	342,944	,313	.	,957
P12B	180,9000	316,767	,807	.	,954
P13B	180,4000	333,156	,693	.	,955
P14B	180,7000	319,344	,727	.	,955
P15B	180,4000	341,378	,508	.	,956
P16B	180,2000	336,400	,724	.	,955
P17B	180,5000	323,167	,545	.	,957
P18B	180,5000	339,611	,458	.	,956
P19B	180,5000	335,167	,653	.	,956
P20B	180,5000	341,611	,570	.	,956
P21B	180,4000	333,822	,665	.	,955
P22B	180,2000	344,844	,284	.	,957

ANEXO 7: Validación de los instrumentos de recolección de datos.


MATRIZ DE VALIDACIÓN PARA EL CUESTIONARIO SOBRE EXPECTATIVAS DEL CLIENTE SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL AEROPUERTO JOSÉ BERLARDE ASTETE DEL CUSCO																			
Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Opciones de respuesta					Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta				
				1	2	3	4	5	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
Calidad de servicio	Elementos tangible	Apariencia física, equipos, personal y materiales de comunicación	¿Cuando usted pensó asistir a la cafetería del Aeropuerto, se imaginó que esta contaría con instalaciones, mobiliario, equipos y ambientes totalmente modernos?							X		X		X		X			
			¿Al decidir visitar la cafetería pensó que tendría instalaciones (baños, caja, mesas), totalmente higiénicas, limpias y visualmente atractivas?							X		X		X		X		X	
			¿Cuándo decide ir a la cafetería tuvo en mente que el personal que lo atendería tendría buena apariencia, vestido higiénicamente y agradable?							X		X		X		X		X	
			¿Antes de llegar a la cafetería consideró que tanto el ambiente como la carta y la publicidad dentro de la cafetería serían visualmente sobria y atractiva?							X		X		X		X		X	
			¿Ha considerado en algún momento que en la cafetería usted recibiría un servicio excelente como correspondería a un establecimiento en un aeropuerto?							X		X		X		X		X	
	Fiabilidad	Información clara y precisa, cumplimiento de horarios de atención, cumplimiento de protocolos	¿Ha pensado usted que cuando tenga algún problema el personal de la cafetería mostraría interés inmediato y sincero en solucionarlo?							X		X		X		X		X	
			¿Ha Tenido en mente que en esta cafetería recibiría correcta y exactamente lo que ordenara, desde la primera vez que realizó su pedido?							X		X		X		X		X	
			¿Ha considerado usted que la cafetería cumpliría siempre con los tiempos establecidos para la entrega de órdenes?							X		X		X		X		X	
			¿Esperó siempre que los alimentos que brindaría la cafetería sean preparados con suma higiene y suficiente calidad y cantidad?							X		X		X		X		X	
			¿Consideró en algún momento que el personal de la cafetería, al solicitar o preguntar algo le informarían exactamente en qué momento se lo proporcionarían y cumplirían con ello?							X		X		X		X		X	
	Capacidad de respuesta	Rapidez al responder al cliente, Rapidez al atender las consultas de los clientes, Voluntad de empleados para ayudar a los clientes y proporcionar servicios rápidos	¿Pensó usted que el personal de la cafetería, siempre estaría atento y dispuesto a atenderlo y ayudarlo?							X		X		X		X		X	
			¿Usted consideró en algún momento que el tiempo que el personal de la cafetería demore en recibir y entregar su orden sería el adecuado?							X		X		X		X		X	
			¿Ha pensado usted que la manera en que el personal de la cafetería responda a sus solicitudes sería siempre atenta y agradable?							X		X		X		X		X	
			¿En algún momento esperó encontrar en la cafetería personal cuyo comportamiento y presencia le inspire confianza?							X		X		X		X		X	
			¿Se imaginó que esta cafetería le haría sentirse totalmente seguro al consumir los alimentos y productos que le brinda el establecimiento?							X		X		X		X		X	
	Seguridad	Conocimiento en la preparación por parte de la cocina los empleados, Habilidades para conctar credibilidad y confianza.	¿Sintió con seguridad que al momento de pedir la cuenta y cobrarla, el personal de la cafetería actuaría con total integridad y honestidad?							X		X		X		X		X	
			¿Ha deseado encontrar que el personal de la cafetería tenga los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a sus preguntas?							X		X		X		X		X	
			¿En definitiva consideró que el ambiente de la cafetería sería agradable y lo haría sentir cómodo y seguro?							X		X		X		X		X	
			¿Se imaginó que el personal de la cafetería siempre estaría con una sonrisa en el rostro; totalmente optimista y se muestre interesado por servir a los clientes?							X		X		X		X		X	
			¿Esperó usted que el trato y amabilidad que recibiría por parte del personal de la cafetería sería individual y personalizado?							X		X		X		X		X	
Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes, Cortesía por parte de los empleados, Interés de los empleados a servir al cliente	¿Consideró usted que el personal de la cafetería siempre estaría atento a sus necesidades, deseos y solicitudes?							X		X		X		X		X		
		¿Consideró que el horario de apertura o atención de la cafetería sería el adecuado y necesario para atender los requerimientos de sus clientes?							X		X		X		X		X		

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO					
NOMBRE DEL INSTRUMENTO:	Cuestionario				
OBJETIVO:	Medir la calidad de servicio de la cafetería en el Aeropuerto del Cusco				
DIRIGIDO A:	Clientes de la cafetería				
VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:					
	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
	1	2	3	4	5
APELLIDOS Y NOMBRES:	GIOVANI NOEMÍ BERMÚDEZ GARCÍA				
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:	MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y RELACIONES				
	Giovani, Noemí, Bermúdez García				
DNI:	32888406				

MATRIZ DE VALIDACIÓN PARA EL CUESTIONARIO SOBRE PRESTACION DEL SERVICIO DEL AEROPUERTO JOSE BERLARDE ASTETE DEL CUSCO

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Opciones de respuesta					Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				Nunca 1	Casi nunca 2	A veces 3	Casi siempre 4	Siempre 5	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta				
									Si	No	Si	No	Si	No	Si	No			
Calidad de Servicio	Elementos tangible	Apariencia física, equipos, personal y materiales de comunicación	¿Después de haber recibido el servicio considera que la cafetería cuenta con instalaciones, mobiliario, equipos y ambientes totalmente modernos?						x		x		x		x				
			¿Considera que las instalaciones (baños, caja, mesas), están totalmente higiénicas, limpias y visualmente atractivas?						x		x		x		x				
			¿Para usted el personal que lo atendió tiene buena apariencia, está vestido higiénicamente y es agradable?						x		x		x		x				
			¿Consideró que tanto el ambiente como la carta y la publicidad dentro de la cafetería es visualmente sobria y atractiva?						x		x		x		x				
			¿Ha recibido usted un servicio excelente como correspondería a un establecimiento en un aeropuerto?						x		x		x		x				
	Fiabilidad	Información clara y precisa, cumplimiento de horarios de atención, cumplimiento, de protocolos	¿Ha experimentado que el personal de la cafetería mostró interés inmediato y sincero en solucionar algún problema de atención?							x		x		x		x			
			¿Ha recibido usted de manera correcta y exactamente lo que ordenó, desde la primera vez que realizó su pedido?								x		x		x		x		
			¿Ha cumplido la cafetería siempre con los tiempos establecidos para la entrega y atención de sus órdenes?								x		x		x		x		
			¿Ha percibido usted que los alimentos que le ha brindado la cafetería han sido preparados con suma higiene y suficiente calidad y cantidad?								x		x		x		x		
	Capacidad de respuesta	Rapidez al responder al cliente, Rapidez al atender las consultas de los clientes, Voluntad de empleados para ayudar a los clientes y proporcionar servicios rápidos	¿Al momento de solicitar o preguntar algo le informaron exactamente en qué momento se lo proporcionarían y cumplirían con ello?							x		x		x		x			
			¿Percibió usted que el personal de la cafetería, siempre estuvo atento y dispuesto a atenderlo y ayudarlo?								x		x		x		x		
			¿Ha percibido que el tiempo que el personal de la cafetería demoró en recibir y entregar sus órdenes ha sido el adecuado?								x		x		x		x		
			¿Ha pensado usted que la manera en que el personal de la cafetería responde a sus solicitudes sería siempre atenta y agradable?								x		x		x		x		
	Seguridad	Conocimientos del servicio por parte del empleado, Conocimiento en la preparación por parte de la cocina los empleados, Habilidades para concitar credibilidad y confianza.	¿Considera que encontró en la cafetería, el personal cuyo comportamiento y presencia le inspiró confianza?							x		x		x		x			
			¿Se ha sentido en la cafetería totalmente seguro al consumir los alimentos y productos que le brindaron?								x		x		x		x		
			¿Al momento de pedir la cuenta y cobrarle, el personal de la cafetería actuó con total integridad y honestidad?								x		x		x		x		
			¿Ha percibido que el personal de la cafetería tiene los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a sus preguntas?								x		x		x		x		
	Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes, Cortesía por parte de los empleados, Interés de los empleados a servir al cliente	¿Ha percibido que el personal de la cafetería siempre está con una sonrisa en el rostro; totalmente optimista y se muestra interesado por servir a los clientes?							x		x		x		x			
			¿El trato y amabilidad que ha recibido por parte del personal de la cafetería ha sido individual y personalizado?								x		x		x		x		
			¿Ha experimentado usted que el personal de la cafetería siempre ha estado atento a sus necesidades, deseos y solicitudes?								x		x		x		x		
¿Considera que el horario de apertura y atención de la cafetería es el adecuado y necesario para atender los requerimientos de sus clientes?										x		x		x		x			


RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:	Questionario										
OBJETIVO:	Medir la calidad de servicio de la cafetería en el Aeropuerto del Cusco										
DIRIGIDO A:	Clientes de la cafetería										
VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>Muy bajo</td> <td>Bajo</td> <td>Medio</td> <td>Alto</td> <td>Muy alto</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td style="background-color: yellow;">4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	1	2	3	4	5
Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto							
1	2	3	4	5							
APELLIDOS Y NOMBRES:	GIOVANI NOEMI BERMÚDEZ GARCÍA										
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:	MAESTRER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y RELACIONES										
	 Giovanni, Noemí, Bermúdez García										
DNI:	31674876										

MATRIZ DE VALIDACIÓN PARA EL CUESTINARIO SOBRE EXPECTATIVAS DEL CLIENTE SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL AEROPUERTO JOSE BERLARDE ASTETE DEL CUSCO

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Opciones de respuesta					Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones
				Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
				1	2	3	4	5	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Calidad de servicio	Elementos tangible	Apariencia física, equipos, personal y materiales de comunicación	¿Cuando usted pensó asistir a la cafetería del Aeropuerto, se imaginó que esta contaría con instalaciones, mobiliario, equipos y ambientes totalmente modernos?						x		x		x		x		
			¿Al decidir visitar la cafetería pensó que tendría instalaciones (baños, caja, mesas), totalmente higiénicas, limpias y visualmente atractivas?						x		x		x		x		
			¿Cuándo decide ir a la cafetería tuvo en mente que el personal que lo atendería tendría buena apariencia, vestido higiénicamente y agradable?						x		x		x		x		
			¿Antes de llegar a la cafetería consideró que tanto el ambiente como la carta y la publicidad dentro de la cafetería serían visualmente sobria y atractiva?						x		x		x		x		
			¿Ha considerado en algún momento que en la cafetería usted recibiría un servicio excelente como correspondería a un establecimiento en un aeropuerto?						x		x		x		x		
	Fiabilidad	Información clara y precisa, cumplimiento de horarios de atención, cumplimiento, de protocolos	¿Ha pensado usted que cuando tenga algún problema el personal de la cafetería mostraría interés inmediato y sincero en solucionarlo?						x		x		x		x		
			¿Ha Tenido en mente que en esta cafetería recibiría correcta y exactamente lo que ordenara, desde la primera vez que realice su pedido?						x		x		x		x		
			¿Ha considerado usted que la cafetería cumpliría siempre con los tiempos establecidos para la entrega de órdenes?						x		x		x		x		
	Capacidad de respuesta	Rapidez al responder al cliente, Rapidez al atender las consultas de los clientes, Voluntad de empleados para ayudar a los clientes y proporcionar servicios rápidos	¿Esperó siempre que los alimentos que brindaría la cafetería sean preparados con suma higiene y suficiente calidad y cantidad?						x		x		x		x		
			¿Consideró en algún momento que el personal de la cafetería, al solicitar o preguntar algo le informarían exactamente en qué momento se lo proporcionarían y cumplirían con ello?						x		x		x		x		
			¿Pensó usted que el personal de la cafetería, siempre estaría atento y dispuesto a atenderlo y ayudarlo?						x		x		x		x		
			¿Usted consideró en algún momento que el tiempo que el personal de la cafetería demore en recibir y entregar su orden sería el adecuado?						x		x		x		x		
	Seguridad	Conocimientos del servicio por parte del empleado, Conocimiento en la preparación por parte de la cocina los empleados, Habilidades para concitar credibilidad y confianza.	¿Ha pensado usted que la manera en que el personal de la cafetería responda a sus solicitudes sería siempre atenta y agradable?						x		x		x		x		
			¿En algún momento esperó encontrar en la cafetería personal cuyo comportamiento y presencia le inspire confianza?						x		x		x		x		
			¿Se imaginó que esta cafetería le haría sentirse totalmente seguro al consumir los alimentos y productos que le brinde el establecimiento?						x		x		x		x		
			¿Sintió con seguridad que al momento de pedir la cuenta y cobrarle, el personal de la cafetería actuaría con total integridad y honestidad?						x		x		x		x		
	Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes, Cortesía por parte de los empleados, Interés de los empleados a servir al cliente	¿Ha deseado encontrar que el personal de la cafetería tenga los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a sus preguntas?						x		x		x		x		
			¿En definitiva consideró que el ambiente de la cafetería sería agradable y lo haría sentir cómodo y seguro?						x		x		x		x		
			¿Se imaginó que el personal de la cafetería siempre estaría con una sonrisa en el rostro; totalmente optimista y se muestre interesado por servir a los clientes?						x		x		x		x		
			¿Esperó usted que el trato y amabilidad que recibiría por parte del personal de la cafetería sería individual y personalizado?						x		x		x		x		
			¿Consideró usted que el personal de la cafetería siempre estaría atento a sus necesidades, deseos y solicitudes?						x		x		x				
			¿Consideró que el horario de apertura o atención de la cafetería sería el adecuado y necesario para atender los requerimientos de sus clientes?						x		x		x				


RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:	Cuestionario										
OBJETIVO:	Medir la calidad de servicio de la cafetería en el Aeropuerto del Cusco										
DIRIGIDO A:	Clientes de la cafetería										
VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:	<table border="1"> <tr> <td>Muy bajo</td> <td>Bajo</td> <td>Medio</td> <td>Alto</td> <td>Muy alto</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	1	2	3	4	5
Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto							
1	2	3	4	5							
APELLIDOS Y NOMBRES:	José Germán Linares Cazola										
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:	Doctor										
	 Dr. José Germán Linres Cazola										
DNI:	31674876										

MATRIZ DE VALIDACIÓN PARA EL CUESTINARIO SOBRE PRESTACION DEL SERVICIO DEL AEROPUERTO JOSE BERLARDE ASTETE DEL CUSCO

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Opciones de respuesta					Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones
				Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
				1	2	3	4	5	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Calidad de Servicio	Elementos tangible	Apariencia física, equipos, personal y materiales de comunicación	¿Después de haber recibido el servicio considera que la cafetería cuenta con instalaciones, mobiliario, equipos y ambientes totalmente modernos?						x		x		x		x		
			¿Considera que las instalaciones (baños, caja, mesas), están totalmente higiénicas, limpias y visualmente atractivas?						x		x		x		x		
			¿Para usted el personal que lo atendió tiene buena apariencia, está vestido higiénicamente y es agradable?						x		x		x		x		
			¿Consideró que tanto el ambiente como la carta y la publicidad dentro de la cafetería es visualmente sobria y atractiva?						x		x		x		x		
			¿Ha recibido usted un servicio excelente como correspondería a un establecimiento en un aeropuerto?						x		x		x		x		
	Fiabilidad	Información clara y precisa, cumplimiento de horarios de atención, cumplimiento, de protocolos	¿Ha experimentado que el personal de la cafetería mostró interés inmediato y sincero en solucionar algún problema de atención?						x		x		x		x		
			¿Ha recibido usted de manera correcta y exactamente lo que ordenó, desde la primera vez que realizó su pedido?						x		x		x		x		
			¿Ha cumplido la cafetería siempre con los tiempos establecidos para la entrega y atención de sus órdenes?						x		x		x		x		
			¿Ha percibido usted que los alimentos que le ha brindado la cafetería han sido preparados con suma higiene y suficiente calidad y cantidad?						x		x		x		x		
	Capacidad de respuesta	Rapidez al responder al cliente, Rapidez al atender las consultas de los clientes, Voluntad de empleados para ayudar a los clientes y proporcionar servicios rápidos	¿Al momento de solicitar o preguntar algo le informaron exactamente en qué momento se lo proporcionarían y cumplirían con ello?						x		x		x		x		
			¿Percibió usted que el personal de la cafetería, siempre estuvo atento y dispuesto a atenderlo y ayudarlo?						x		x		x		x		
			¿Ha percibido que el tiempo que el personal de la cafetería demoró en recibir y entregar sus órdenes ha sido el adecuado?						x		x		x		x		
			¿Ha pensado usted que la manera en que el personal de la cafetería responde a sus solicitudes sería siempre atenta y agradable?						x		x		x		x		
	Seguridad	Conocimientos del servicio por parte del empleado, Conocimiento en la preparación por parte de la cocina los empleados, Habilidades para concitar credibilidad y confianza.	¿Considera que encontró en la cafetería, el personal cuyo comportamiento y presencia le inspiró confianza?						x		x		x		x		
			¿Se ha sentido en la cafetería totalmente seguro al consumir los alimentos y productos que le brindaron?						x		x		x		x		
			¿Al momento de pedir la cuenta y cobrarle, el personal de la cafetería actuó con total integridad y honestidad?						x		x		x		x		
			¿Ha percibido que el personal de la cafetería tiene los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a sus preguntas?						x		x		x		x		
	Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes, Cortesía por parte de los empleados, Interés de los empleados a servir al cliente	¿En definitiva el ambiente de la cafetería es para usted agradable y lo ha hecho sentir cómodo y seguro?						x		x		x		x		
			¿Ha percibido que el personal de la cafetería siempre está con una sonrisa en el rostro; totalmente optimista y se muestra interesado por servir a los clientes?						x		x		x		x		
			¿El trato y amabilidad que ha recibido por parte del personal de la cafetería ha sido individual y personalizado?						x		x		x		x		
¿Ha experimentado usted que el personal de la cafetería siempre ha estado atento a sus necesidades, deseos y solicitudes?								x		x		x		x			
			¿Considera que el horario de apertura y atención de la cafetería es el adecuado y necesario para atender los requerimientos de sus clientes?						x		x		x				

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO


NOMBRE DEL INSTRUMENTO:	Questionario
OBJETIVO:	Medir la calidad de servicio de la cafetería en el Aeropuerto del Cusco
DIRIGIDO A:	Clientes de la cafetería
VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:	
APELLIDOS Y NOMBRES:	José Germán Linares Cazola
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:	Doctor
	 Dr. José Germán Linares Cazola

Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
1	2	3	4	5

MATRIZ DE VALIDACIÓN PARA EL CUESTINARIO SOBRE EXPECTATIVAS DEL CLIENTE SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL AEROPUERTO JOSE BERLARDE ASTETE DEL CUSCO

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Opciones de respuesta					Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones
				Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta		
				1	2	3	4	5	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
Calidad de servicio	Elementos tangible	Apariencia física, equipos, personal y materiales de comunicación	¿Cuando usted pensó asistir a la cafetería del Aeropuerto, se imaginó que esta contaría con instalaciones, mobiliario, equipos y ambientes totalmente modernos?							x			x		x		
			¿Al decidir visitar la cafetería pensó que tendría instalaciones (baños, caja, mesas), totalmente higiénicas, limpias y visualmente atractivas?							x			x		x		
			¿Cuándo decide ir a la cafetería tuvo en mente que el personal que lo atendería tendría buena apariencia, vestido higiénicamente y agradable?							x			x		x		
			¿Antes de llegar a la cafetería consideró que tanto el ambiente como la carta y la publicidad dentro de la cafetería serían visualmente sobria y atractiva?							x			x		x		
			¿Ha considerado en algún momento que en la cafetería usted recibiría un servicio excelente como correspondería a un establecimiento en un aeropuerto?							x			x		x		
	Fiabilidad	Información clara y precisa, cumplimiento de horarios de atención, cumplimiento, de protocolos	¿Ha pensado usted que cuando tenga algún problema el personal de la cafetería mostraría interés inmediato y sincero en solucionarlo?							x			x		x		
			¿Ha Tenido en mente que en esta cafetería recibiría correcta y exactamente lo que ordenara, desde la primera vez que realice su pedido?							x			x		x		
			¿Ha considerado usted que la cafetería cumpliría siempre con los tiempos establecidos para la entrega de órdenes?							x			x		x		
			¿Esperó siempre que los alimentos que brindaría la cafetería sean preparados con suma higiene y suficiente calidad y cantidad?							x			x		x		
	Capacidad de respuesta	Rapidez al responder al cliente, Rapidez al atender las consultas de los clientes, Voluntad de empleados para ayudar a los clientes y proporcionar servicios rápidos	¿Consideró en algún momento que el personal de la cafetería, al solicitar o preguntar algo le informarían exactamente en qué momento se lo proporcionarían y cumplirían con ello?							x			x		x		
			¿Pensó usted que el personal de la cafetería, siempre estaría atento y dispuesto a atenderlo y ayudarlo?							x			x		x		
			¿Usted consideró en algún momento que el tiempo que el personal de la cafetería demore en recibir y entregar su orden sería el adecuado?							x			x		x		
			¿Ha pensado usted que la manera en que el personal de la cafetería responda a sus solicitudes sería siempre atenta y agradable?							x			x		x		
	Seguridad	Conocimientos del servicio por parte del empleado, Conocimiento en la preparación por parte de la cocina los empleados, Habilidades para concitar credibilidad y confianza.	¿En algún momento esperó encontrar en la cafetería personal cuyo comportamiento y presencia le inspire confianza?							x			x		x		
			¿Se imaginó que esta cafetería le haría sentirse totalmente seguro al consumir los alimentos y productos que le brinde el establecimiento?							x			x		x		
			¿Sintió con seguridad que al momento de pedir la cuenta y cobrarle, el personal de la cafetería actuaría con total integridad y honestidad?							x			x		x		
			¿Ha deseado encontrar que el personal de la cafetería tenga los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a sus preguntas?							x			x		x		
	Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes, Cortesía por parte de los empleados, Interés de los empleados a servir al cliente	¿Se imaginó que el personal de la cafetería siempre estaría con una sonrisa en el rostro; totalmente optimista y se muestre interesado por servir a los clientes?							x			x		x		
			¿Esperó usted que el trato y amabilidad que recibiría por parte del personal de la cafetería sería individual y personalizado?							x			x		x		
			¿Consideró usted que el personal de la cafetería siempre estaría atento a sus necesidades, deseos y solicitudes?							x			x		x		
¿Consideró que el horario de apertura o atención de la cafetería sería el adecuado y necesario para atender los requerimientos de sus clientes?									x			x		x			

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:	Questionario										
OBJETIVO:	Medir la calidad de servicio de la cafetería en el Aeropuerto del Cusco										
DIRIGIDO A:	Clientes de la cafetería										
VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:	<table border="1"> <tr> <td>Muy bajo</td> <td>Bajo</td> <td>Medio</td> <td>Alto</td> <td>Muy alto</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	1	2	3	4	5
Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto							
1	2	3	4	5							
APELLIDOS Y NOMBRES:	José Germán Linares Cazola										
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:	Doctor										
											
	Dr. José Germán Linares Cazola										
	DNI: 31674876										

MATRIZ DE VALIDACIÓN PARA EL CUESTINARIO SOBRE EXPECTATIVAS DEL CLIENTE SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL AEROPUERTO JOSE BERLARDE ASTETE DEL CUSCO

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Opciones de respuesta					Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones		
				Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta				
									1	2	3	4	5	Si	No	Si		No	Si
Calidad de servicio	Elementos tangible	Apariencia física, equipos, personal y materiales de comunicación	¿Cuando usted pensó asistir a la cafetería del Aeropuerto, se imaginó que esta contaría con instalaciones, mobiliario, equipos y ambientes totalmente modernos?							X		X		X		X			
			¿Al decidir visitar la cafetería pensó que tendría instalaciones (baños, caja, mesas), totalmente higiénicas, limpias y visualmente atractivas?						X		X		X		X		X		
			¿Cuándo decide ir a la cafetería tuvo en mente que el personal que lo atendería tendría buena apariencia, vestido higiénicamente y agradable?						X		X		X		X		X		
			¿Antes de llegar a la cafetería consideró que tanto el ambiente como la carta y la publicidad dentro de la cafetería serían visualmente sobria y atractiva?						X		X		X		X		X		
			¿Ha considerado en algún momento que en la cafetería usted recibiría un servicio excelente como correspondería a un establecimiento en un aeropuerto?						X		X		X		X		X		
	Fiabilidad	Información clara y precisa, cumplimiento de horarios de atención, cumplimiento, de protocolos	¿Ha Tenido en mente que en esta cafetería recibiría correcta y exactamente lo que ordenara, desde la primera vez que realice su pedido?							X		X		X		X			
			¿Ha considerado usted que la cafetería cumpliría siempre con los tiempos establecidos para la entrega de órdenes?						X		X		X		X		X		
			¿Esperó siempre que los alimentos que brindaría la cafetería sean preparados con suma higiene y suficiente calidad y cantidad?						X		X		X		X		X		
			¿Consideró en algún momento que el personal de la cafetería, al solicitar o preguntar algo le informarían exactamente en qué momento se lo proporcionarían y cumplirían con ello?						X		X		X		X		X		
	Capacidad de respuesta	Rapidez al responder al cliente, Rapidez al atender las consultas de los clientes, Voluntad de empleados para ayudar a los clientes y proporcionar servicios rápidos	¿Pensó usted que el personal de la cafetería, siempre estaría atento y dispuesto a atenderlo y ayudarlo?							X		X		X		X			
			¿Usted consideró en algún momento que el tiempo que el personal de la cafetería demore en recibir y entregar su orden sería el adecuado?						X		X		X		X		X		
			¿Ha pensado usted que la manera en que el personal de la cafetería responda a sus solicitudes sería siempre atenta y agradable?						X		X		X		X		X		
			¿En algún momento esperó encontrar en la cafetería personal cuyo comportamiento y presencia le inspire confianza?						X		X		X		X		X		
	Seguridad	Conocimientos del servicio por parte del empleado, Conocimiento en la preparación por parte de la cocina los empleados, Habilidades para concitar credibilidad y confianza.	¿Se imaginó que esta cafetería le haría sentirse totalmente seguro al consumir los alimentos y productos que le brinde el establecimiento?							X		X		X		X			
			¿Sintió con seguridad que al momento de pedir la cuenta y cobrarle, el personal de la cafetería actuaría con total integridad y honestidad?						X		X		X		X		X		
			¿Ha deseado encontrar que el personal de la cafetería tenga los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a sus preguntas?						X		X		X		X		X		
			¿En definitiva consideró que el ambiente de la cafetería sería agradable y lo haría sentir cómodo y seguro?						X		X		X		X		X		
	Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes, Cortesía por parte de los empleados, Interés de los empleados a servir al cliente	¿Se imaginó que el personal de la cafetería siempre estaría con una sonrisa en el rostro; totalmente optimista y se muestre interesado por servir a los clientes?							X		X		X		X			
			¿Esperó usted que el trato y amabilidad que recibiría por parte del personal de la cafetería sería individual y personalizado?						X		X		X		X		X		
			¿Consideró usted que el personal de la cafetería siempre estaría atento a sus necesidades, deseos y solicitudes?						X		X		X		X		X		
¿Consideró que el horario de apertura o atención de la cafetería sería el adecuado y necesario para atender los requerimientos de sus clientes?								X		X		X		X		X			

RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: Cuestionario

OBJETIVO: Medir la calidad de servicio de la cafetería en el Aeropuerto del Cusco

DIRIGIDO A: Clientes de la cafetería

VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:


Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
1	2	3	4	5

APELLIDOS Y NOMBRES: SANTOS PATRICIA CARRANZA GALVEZ

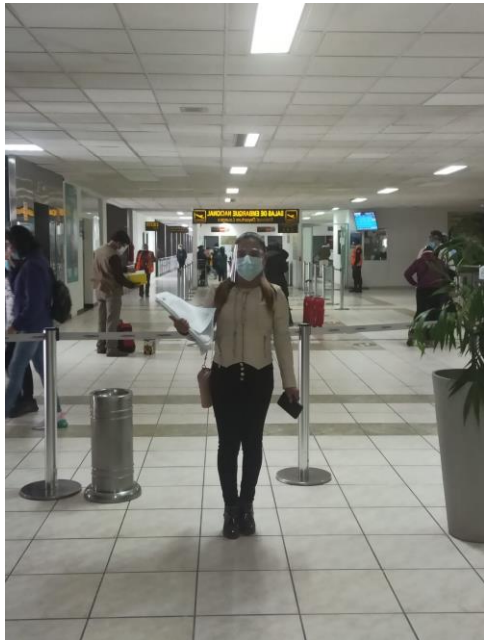
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: Licenciada


 Santos Patricia Carranza Galvez

DNI: 32957607

MATRIZ DE VALIDACIÓN PARA EL CUESTINARIO SOBRE PRESTACION DEL SERVICIO DEL AEROPUERTO JOSÉ BERLARDE ASTETE DEL CUSCO																										
Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Opciones de respuesta					Criterios de evaluación								Observación y/o recomendaciones									
				Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre el ítem y la opción de respuesta											
				1	2	3	4	5	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No										
Calidad de Servicio	Elementos tangible	Apariencia física, equipos, personal y materiales de comunicación	¿Después de haber recibido el servicio considera que la cafetería cuenta con instalaciones, mobiliario, equipos y ambientes totalmente modernos?							x		x		x		x										
			¿Considera que las instalaciones (baños, caja, mesas), están totalmente higiénicas, limpias y visualmente atractivas?							x		x		x		x										
			¿Para usted el personal que lo atendió tiene buena apariencia, está vestido higiénicamente y es agradable?							x		x		x		x										
			¿Consideró que tanto el ambiente como la carta y la publicidad dentro de la cafetería es visualmente sobria y atractiva?							x		x		x		x										
			¿Ha recibido usted un servicio excelente como correspondería a un establecimiento en un aeropuerto?							x		x		x		x										
	Fiabilidad	Información clara y precisa, cumplimiento de horarios de atención, cumplimiento de protocolos	¿Ha experimentado que el personal de la cafetería mostró interés inmediato y sincero en solucionarles algún problema de atención?							x		x		x		x										
			¿Ha recibido usted de manera correcta y exactamente lo que ordenó, desde la primera vez que realizó su pedido?							x		x		x		x										
			¿Ha cumplido la cafetería siempre con los tiempos establecidos para la entrega y atención de sus órdenes?							x		x		x		x										
			¿Ha recibido usted que los alimentos que le ha brindado la cafetería han sido preparados con suma higiene y suficiente calidad y cantidad?							x		x		x		x										
	Capacidad de respuesta	Rapidez al responder al cliente, Rapidez al atender las consultas de los clientes, Voluntad de empleados para ayudar a los clientes y proporcionar servicios rápidos	¿Al momento de solicitar o preguntar algo te informaron exactamente en qué momento se lo proporcionarían y cumplirían con ello?							x		x		x		x										
			¿Percebió usted que el personal de la cafetería, siempre estuvo atento y dispuesto a atenderlo y ayudarlo?							x		x		x		x										
			¿Ha percibido que el tiempo que el personal de la cafetería demoró en recibir y entregar sus órdenes ha sido el adecuado?							x		x		x		x										
			¿Ha pensado usted que la manera en que el personal de la cafetería responde a sus solicitudes sería siempre atenta y agradable?							x		x		x		x										
	Seguridad	Conocimientos del servicio por parte del empleado, Conocimiento en la preparación por parte de la cocina los empleados, Habilidades para concitar credibilidad y confianza.	¿Considera que encontró en la cafetería, el personal cuyo comportamiento y presencia le inspiró confianza?							x		x		x		x										
			¿Se ha sentido en la cafetería totalmente seguro al consumir los alimentos y productos que le brindaron?							x		x		x		x										
			¿Al momento de pedir la cuenta y cobrarle, el personal de la cafetería actuó con total integridad y honestidad?							x		x		x		x										
			¿Ha percibido que el personal de la cafetería tiene los conocimientos adecuados para responder con seguridad y rapidez a sus preguntas?							x		x		x		x										
	Empatía	Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes, Cortesía por parte de los empleados, interés de los empleados a servir al cliente	¿En definitiva el ambiente de la cafetería es para usted agradable y lo ha hecho sentir cómodo y seguro?							x		x		x		x										
			¿Ha percibido que el personal de la cafetería siempre está con una sonrisa en el rostro; totalmente optimista y se muestra interesado por servir a los clientes?							x		x		x		x										
			¿El trato y amabilidad que ha recibido por parte del personal de la cafetería ha sido individual y personalizado?							x		x		x		x										
			¿Ha experimentado usted que el personal de la cafetería siempre ha estado atento a sus necesidades, deseos y solicitudes?							x		x		x		x										
	RESULTADO DE LA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO																									
	NOMBRE DEL INSTRUMENTO:		Cuestionario																							
OBJETIVO:		Medir la calidad de servicio de la cafetería en el Aeropuerto del Cusco																								
DIRIGIDO A:		Clientes de la cafetería																								
VALORACIÓN DEL INSTRUMENTO:		<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td>Muy bajo</td> <td>Bajo</td> <td>Medio</td> <td>Alto</td> <td>Muy alto</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> </table>															Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	1	2	3	4	5
Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto																						
1	2	3	4	5																						
APELLIDOS Y NOMBRES:		SANTOS PATRICIA CARRANZA GALVEZ																								
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:		Licenciada																								
																										
		Santos Patricia Carranza Galvez																								
DNI:		31674876																								

Anexo 9. Evidencias del trabajo



Anexo 10. Autorización de la empresa.



CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, Karla Rodríguez Oviedo, identificada con DNI N° 45355889, Administradora general de la cafetería Altomayo, ubicado dentro del Aeropuerto Internacional Alejandro Velasco Astete, Wanchaq – Cusco

Autoriza

A los señores estudiantes Yenifer Puelles Caceres con DNI N° 72890620 y Ever Leon Molina con DNI N° 45863763, para que puedan realizar el trabajo de investigación de la tesis denominada "La Calidad de Servicio al Cliente en la Cafetería Altomayo en el Aeropuerto Internacional Velasco Astete" Cusco – 2021" dentro y cerca de sus instalaciones de la cafetería Altomayo.

Se expide el presente documento para los fines que el interesado crea conveniente

Cusco, 04 de enero del 2021

Atentamente


Karla Rodríguez Oviedo
Administradora General
Cafetería Altomayo
Cel: 992724718

Av. Del Parque N° 257 - Urb. Limatambo - San Isidro - Lima • 01 4221479 • 01 4220934 • Fax: 01 4212446