



SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL

TITULO DE INVESTIGACIÓN

**Gestión de la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en Jugos Lorena -
Cañete, 2022**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Marketing e Innovación

Bachiller en Administración y Dirección de Negocios

Bachiller en Dirección Hotelera

PRESENTADO POR:

Díaz Outten, Ruben Alexander – Marketing e Innovación

Mendez Espinal, Wilson – Administración y Dirección de Negocios

Ravina Paredes, Giancarlo Andreé – Dirección Hotelera

ASESOR:

Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio

LIMA – PERÚ

2023

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Dra. Albarracín Aparicio, Roxana Alexandra

MIEMBROS DEL JURADO:

Felipa Huaman, Felix Fernando

Godoy Fuentes, Luis Arnaldo

Pera Fronda, Carla

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Giancarlo Andree Ravina Paredes Identificado (a) con DNI N° 48147913 perteneciente al Programa de Dirección Hotelera, siendo mi asesor la Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificada con DNI N° 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Ruben Alexander Diaz Outten Identificado (a) con DNI N° 06801840 perteneciente al Programa de Marketing e Innovación, siendo mi asesor la Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificada con DNI N° 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Wilson Mendez Espinal Identificado (a) con DNI N°45660414 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor la Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, identificada con DNI N° 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

a) Somos los autores del documento académico titulado:

“Gestión de la calidad del servicio y satisfacción de los clientes en Jugos Lorena – Cañete,2022”.

b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 15% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.

d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: 19 de diciembre, 2023.

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	DNI	Firma
Giancarlo Andree	Ravina Paredes	48147913	
Ruben Alexander	Diaz Outten	06801840	
Wilson	Mendez Espinal	45660414	

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Roxana Alexandra	Albarracín Aparicio	41981490	

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo a los 80,000 restaurantes que quebraron durante el primer semestre de la pandemia del Covid-19, fueron ellos quienes nos motivaron a desarrollar esta investigación y así dejarles una forma de mejorar sus operaciones, específicamente, su servicio.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos al profesor Pedro y la profesora Roxana, quienes con gran vocación y paciencia han sabido orientar esta investigación. Sin duda alguna, sin su ayuda no habiéramos podido lograr concluir con éxito este trabajo.

ÍNDICE

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTOS	3
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL	15
1.1 Título del Proyecto	15
1.2 Área Estratégica de Desarrollo Prioritario	15
1.3 Actividad Económica en la que se Aplicaría la Investigación	16
1.4 Alcance de la Solución	16
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA	17
2.1 Planteamiento del Problema	17
2.1.2 Formulación del Problema	20
2.1.3 Objetivos de Investigación	22
2.1.4 Justificación de la Investigación	23
2.1.5 Limitaciones de la Investigación	27
2.1.6 Viabilidad de la Investigación	27
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	29
3.1 Antecedentes	29
3.1.1 Antecedentes Nacionales	29
3.1.2 Antecedentes Internacionales	32
3.2 Marco Teórico	34
3.2.1 Gestión de Calidad	34

3.2.2	Bases Teóricas de la Satisfacción del Cliente	53
3.2.3	Definición de Términos Básicos	60
	CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	62
4.1	Diseño Metodológico	62
4.2	Operacionalización de Variables	67
4.3	Validez y Confiabilidad	73
4.4	Diseño Muestral	75
4.4.1.	Población	75
4.4.2.	Muestra	76
4.5	Técnica de Recolección de Datos	77
4.6	Técnicas Estadísticas de Procesamiento de la Información	78
4.7	Resultados	79
4.7.1	Análisis Descriptivo	79
	CAPÍTULO V: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN	129
5.1	Alcance Esperado	129
5.2	Descripción de la Propuesta de Innovación	129
5.3	Procedimiento para la Propuesta de Mejora	130
5.3.1	Desarrollo del Proyecto de Innovación	130
5.3.2	Presupuesto	137
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	138
	FUENTES DE INFORMACIÓN	146

ANEXOS

151

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variable independiente	70	Tabla 2 Operacionalización de variable dependiente	73
Tabla 3 Operación de confiabilidad	78	Tabla 4 Pregunta #1: ¿Cuál es su nombre?	83
Tabla 5 Pregunta #2: ¿Función en la empresa?	83	Tabla 6 Pregunta #3: ¿Qué tiempo tiene en la empresa?	84
Tabla 7 Pregunta #4: ¿Como describiría el tipo de cliente que suele visitar el local?	86	Tabla 8 Pregunta #5: ¿Como describiría el servicio de Jugos Lorena?	88
Tabla 9 Pregunta #6: ¿Cuentan o han visto alguna guía para atender a los clientes? ¿Te gustaría tenerla?	90	Tabla 10 Pregunta #7: ¿Llevan o has llevado algún control para saber el nivel de satisfacción del cliente? ¿Cómo sabe que sus clientes están satisfechos?	92
Tabla 11 Pregunta #8: ¿A lo largo de este tiempo has logrado identificar cosas que pueden mejorar?	94	Tabla 12 Pregunta 9: ¿Existe algún tipo de recompensa al brindar un servicio excelente? y/o ¿Te sientes recompensada al brindar un servicio excelente?	96
Tabla 13 Niveles de cumplimiento de la lista de verificación de cliente incógnito	98	Tabla 14 Evaluación de cliente incógnito: bienvenida y asignación de mesa	99
Tabla 15 Evaluación de cliente incógnito: presentación y toma de pedido	102	Tabla 16 Evaluación de cliente incógnito: entrega de pedido	104
Tabla 17 Evaluación de cliente incógnito: Seguimiento a mesa	106	Tabla 18 Evaluación de cliente incógnito: Cierre de cuenta	109
Tabla 19 Evaluación de cliente incógnito: despedida y fidelización	111		

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Producción del subsector restaurantes: enero 2017 – diciembre 2019	
Figura 2	Producción del subsector restaurantes: enero 2019 – noviembre 2021	
Figura 3	Ciclo de Deming (PDCA o PHVA)	41
Figura 4	Organigrama de restaurante informal (bistró)	47
Figura 5	Calidad objetiva vs calidad subjetiva	57
Figura 6	Modelo SERVQUAL	59
Figura 7	Modelo SERVPERF	60
Figura 8	Modelo SERVQUAL: Dimensiones y atributos	61
Figura 9	Puntuación Servqual	62
Figura 10	Ejercicio Alfa de Cronbach	76
Figura 11	Dimensión de la variable de satisfacción: capacidad de respuesta	120
Figura 12	Dimensión de la variable de satisfacción: elementos tangibles	122
Figura 13	Dimensión de la variable de satisfacción: empatía	123
Figura 14	Dimensión de la variable de satisfacción: fiabilidad	125
Figura 15	Dimensión de la variable de satisfacción: fidelización	126
Figura 16	Dimensión de la variable de satisfacción: interacción	127
Figura 17	Dimensión de la variable de satisfacción: Seguridad	129
Figura 18	Dimensión de la variable de satisfacción: Storytelling	130
Figura 19	Promedio de la variable de satisfacción: dimensiones e indicadores	131

RESUMEN

Este trabajo aborda la correlación e impacto entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario o cliente. Se destaca la importancia de comprender las necesidades de los usuarios para mejorar la calidad del servicio en la gestión integral en un establecimiento de alimentos y bebidas.

Se utiliza un enfoque descriptivo-correlacional para recolectar datos cuantitativos y cualitativos, y toma como referencia la metodología del Ciclo de Deming para la gestión e innovación en la calidad del servicio, donde los resultados obtenidos permiten idear y prototipar posibles soluciones, recomendaciones y ajustes para mejorar la satisfacción de los usuarios. Se destaca la importancia de la fase de prototipado para probar las ideas antes de su implementación.

El objetivo de este estudio es determinar la relación entre la gestión de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, aplicando metodologías de gestión de la calidad centradas en las necesidades de los usuarios. También, propone la innovación en la gestión operativa del establecimiento mediante estándares de calidad de servicio.

El enfoque utilizado para la recolección de información es mixto. Es, además, de tipo práctica, ya que su resultado podrá ser ejecutado dentro de la organización, logrando implementar y/o mejorar en los aspectos identificados como oportunidades de mejora.

Para llevar a cabo la recolección de la información se utilizó una hoja de cotejo, la cual, a través de la observación, permitió recoger información al comparar una serie de situaciones de

contraste sobre las cuales posteriormente se elaboraron recomendaciones ad hoc para el negocio.

Se concluye que la gestión de la calidad del servicio no impacta de manera significativa en la satisfacción de los clientes de Jugos Lorena, Cañete - Lima. Sin embargo, para garantizar una calidad mínima de servicio, se debe estandarizar la atención mediante *checklist*, el cual debe estar estructurado en base al viaje del cliente y ser utilizado para capacitar y supervisar al personal.

Palabras clave: gestión de la calidad del servicio, satisfacción del cliente, gestión de alimentos y bebidas, gestión por procesos, estándares de servicios.

ABSTRACT

This work is about the correlation and impact between service quality management and customer satisfaction. The importance of understanding the needs of clients to improve the Service Quality in the management of a food and beverage establishment is highlighted.

A descriptive-correlational approach is used to collect quantitative and qualitative data and takes as reference the Deming Cycle methodology for management and innovation in service quality, where the results obtained allow us to devise and prototype possible solutions, recommendations and adjustments to improve customer satisfaction. The importance of the prototyping phase is highlighted to test ideas before implementation.

The objective of this investigation is to determine the relationship between service quality management and user satisfaction, applying quality management methodologies focused on customer needs. Also, it proposes innovation in the operational management of the establishment through service quality standards.

The approach used to collect information is mixed. It is also practical, since its result can be executed within the organization, managing to implement and/or improve the aspects identified as opportunities for improvement.

To carry out the collection of information, a comparison sheet was used, which, through observation, allowed information to be collected by comparing a series of contrast situations on which ad hoc recommendations were subsequently developed for the business.

It is concluded that service quality management does not significantly impact customer satisfaction at Jugos Lorena, Cañete - Lima. However, to guarantee a minimum quality of service, service must be standardized through a checklist, which must be structured based on the customer's journey and used to train and supervise staff.

Keywords: service quality management, customer satisfaction, food and beverage management, process management, service standards.

INTRODUCCIÓN

Gestionar la calidad es un punto clave en estos tiempos porque los negocios de alimentos y bebidas pueden lograr un mejor desempeño, asimismo, ser más eficientes y competitivos en el mercado, de esta forma elevar la satisfacción de los usuarios o clientes, todo lo remarcado certifica y garantiza ganancia en el corto, mediano y largo plazo.

La juguería Lorena es una empresa familiar en la ciudad de Cañete, constituida en el 2004 y cuenta con más de 19 años en el mercado, tienen una muy buena acogida y con esta investigación se pretende conocer, analizar y mejorar la calidad de servicio para que esta influya en la correcta toma de decisiones para la satisfacción de sus clientes.

En la gran mayoría de los casos, las capitales o ciudades principales del país, tienen mayor acceso a la información y nuevas tendencias, por lo que conocen y emplean sistemas de gestión de servicio; sin embargo, en ciudades pequeñas, como es el caso de Cañete donde se sitúa Jugos Lorena, hay escasa información. Esto trae consigo efectos negativos, los cuales serán detallados en los siguientes capítulos que abarca este estudio de tesis.

En la primera parte se describe el problema de la investigación, abordando el planteamiento y formulación del problema, los objetivos y la justificación.

En la segunda parte se aborda el marco teórico, describiendo los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, la hipótesis y las variables del estudio. Además, se aborda el marco metodológico, describiendo el tipo de investigación, nivel de investigación, métodos,

diseño, población, muestra, técnicas de recolección de datos y las técnicas de procesamiento y análisis de los datos, la hipótesis y las variables.

Finalmente se aborda los resultados, haciendo un análisis e interpretación de los datos recolectados; luego de procesar, analizar e interpretar la información obtenida, se propone una manera de innovar en la gestión de la calidad del servicio en el establecimiento investigado, buscando estandarizar y asegurar una calidad mínima de servicio. De igual forma se realizaron las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

Nota: elaboración propia desde la experiencia de los investigadores.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusión general

Luego de la aplicación de herramientas de recopilación de datos del presente proyecto se puede concluir que, a pesar de que Jugos Lorena no cuenta con una correcta gestión de calidad del servicio, por la falta de conocimientos técnicos, este no influye de manera significativa en la satisfacción de sus clientes, porque éstos lo clasifican como aceptable.

Conclusiones específicas

Respecto al objetivo específico 1, se determina que la gestión de calidad del servicio influye en que los colaboradores realicen una atención sin errores, organizada y/o confiable, porque al no tener estándares establecidos para la gestión de la calidad del servicio durante la visita del cliente incógnito, se evidencio errores durante las distintas etapas del servicio y los colaboradores no lograron transmitirle confianza porque dudaron de sus conocimientos sobre los productos y servicios que ofrece el establecimiento. Sin embargo, esto no influye de manera negativa en la percepción de la satisfacción de los clientes, porque éstos perciben de manera aceptable la atención y el orden del servicio, además los colaboradores logran transmitirles confianza.

Respecto al objetivo específico 2, luego de aplicado el presente estudio, se concluye que la gestión de la calidad del servicio logra cambios evidentes en la limpieza, orden y mantenimiento del establecimiento; porque Jugos Lorena al no tener implementado una adecuada gestión de calidad del servicio, se evidencia y percibe el establecimiento en mal estado. A pesar de ello, los clientes tienen un grado aceptable de satisfacción evidenciado en el análisis las encuestas.

Respecto al objetivo específico 3, como resultado del presente estudio se puede afirmar que la gestión de la calidad del servicio influye en el talento de los colaboradores del establecimiento de Jugos Lorena para resolver de manera eficiente las dificultades en la atención; porque al no tener implementado un sistema o estándares de gestión de la calidad del servicio en Jugos Lorena, los colaboradores no están preparados para resolver los contratiempos en la atención de los clientes. En contraste con lo anterior, los clientes tienen un grado satisfacción aceptable respecto a la manera en cómo los colaboradores resuelven los contratiempos en la atención, sin embargo, estos no perciben que lo hagan de manera genuina.

Respecto al objetivo específico 4, en definitiva, la gestión de la calidad del servicio afecta en las habilidades intrapersonales y las destrezas de los colaboradores para lograr una excelente interacción con los clientes; porque al no tener implementado un sistema o estándares de gestión de la calidad del servicio en Jugos Lorena, los colaboradores no cuentan con habilidades interpersonales y destrezas suficientes para interactuar de manera sobresaliente. A pesar de que los

clientes perciben como aceptable la interacción con los colaboradores, se evidencia que los colaboradores no muestran un genuino interés por conocerlos, no están atentos a sus necesidades y no pueden sorprenderlos; por lo tanto, la interacción que realizan no logra la personalización, identificación y/o anticipación de necesidades para que la experiencia del servicio conecte con el cliente y perdure en el tiempo.

Respecto al objetivo específico 5, como resultado de la presente investigación se puede afirmar que la gestión de la calidad del servicio repercute en los esfuerzos que los colaboradores hacen para entender y comprender las necesidades que satisfacen a los clientes de Jugos Lorena; porque al no tener implementado la gestión de la calidad del servicio en Jugos Lorena, los colaboradores no identifican las necesidades que los clientes buscan satisfacer. Esto se debe a que los colaboradores no muestran un genuino interés por conocer a sus clientes ni de estar atentos a sus necesidades.

Respecto al objetivo específico 6, luego de la aplicación del presente proyecto de investigación, se puede concluir que la gestión de la calidad del servicio impacta en la forma en que los colaboradores narran historias sobre los productos, insumos y servicios que ofrece Jugos Lorena; porque al no tener implementado un sistema de gestión de calidad del servicio en Jugos Lorena, los colaboradores no saben la manera correcta de describir los servicios y productos que la empresa ofrece. A pesar de ello, la percepción de satisfacción de los clientes sobre este punto es aceptable,

a excepción que las historias son percibidas por los clientes como carentes de un factor sorpresa; es importante mencionar que, esto se debe principalmente a que no existe una identificación de las necesidades y/o interés genuino de conocer a los clientes por parte de los colaboradores.

Respecto al objetivo específico 7, se puede concluir que la gestión de la calidad del servicio repercute en la fidelización de los clientes en Jugos Lorena, porque el establecimiento al no tener una adecuada gestión de calidad del servicio no sabe si sus clientes han sido fidelizados; en consecuencia, no pueden aplicar algún tipo de estrategia y/o mejora para lograr la fidelización de sus clientes. Si bien los clientes no han sido fidelizados, ellos se encuentran satisfechos a un nivel aceptable, lo que significa que un pequeño error y/o la apertura de otro establecimiento con mejor estrategia de servicio haga que pierda clientes.

Recomendación general

Luego del análisis de la investigación de parte de los tesisistas, se recomienda que se implementen controles o estándares de servicio para una adecuada gestión de la calidad en Jugos Lorena, esto es fundamental porque la falta de conocimientos técnicos no permite la identificación del nivel de satisfacción del usuario. Así mismo, se debe crear una encuesta virtual permanente, en donde los colaboradores de servicio ofrezcan el llenado de la misma al término de la visita de un cliente. Es importante mencionar que, si bien los clientes se encuentran en un rango de

satisfacción aceptable, estos no están completamente fidelizados, por lo que en cualquier momento podrían dejar de consumir en el establecimiento.

Finalmente, se recomienda además cambios sobre tres factores:

En el factor humano; se debe crear un perfil de colaborador para cada una de las áreas y que este sea el modelo para la contratación de personal, ya que será la base para un servicio de calidad que fidelice a los clientes, así mismo, se debe mantener un plan de capacitación para el cumplimiento de los estándares mínimos definidos por la empresa.

El factor operacional; se deben crear formatos de seguimiento y listas de verificación de los procedimientos que establecerá la administración, y estos servirán para tener personal capacitado y que esto mejore su confianza y seguridad para que se ejecuten con un alto nivel de calidad.

El factor administrativo; La administración o los dueños de Jugos Lorena, deberán recibir capacitación y entrenamiento en gestión de restaurantes, además de acrecentar su visión de la industria de servicios. La administración debe ser capaz de poder visionar lo que quieren para la empresa y que esta visión sea compartida con el equipo completo, de esta manera todo el equipo en conjunto llevará a la empresa un paso más allá de lo que se quiere.

Recomendaciones específicas

Luego de la aplicación del estudio y concluyendo que en Jugos Lorena la ausencia de gestión de calidad influye de manera negativa por que los colaboradores no logran una atención sin errores, organizado y confiable durante las distintas etapas del servicio, la primera recomendación es que debe crear estándares de servicio que sean compartidos desde el inicio de la contratación de los colaboradores en el momento de la inducción, estos estándares deberían ser constantemente supervisados durante la implementación y operación del restaurante Jugos Lorena por un líder operacional.

Luego de aplicado el estudio y concluido que la falta de gestión de la calidad influye en la limpieza, orden y mantenimiento de la estructura y bienes del establecimiento, se recomienda que se apliquen y se propongan listas de verificación para el monitoreo de la limpieza y orden, además se deben crear formatos de mantenimientos preventivos y correctivos calendarizados y que estos sean supervisados por un colaborador del restaurante con capacidad de liderazgo.

Después de aplicado el estudio y concluido que la falta de capacitación del personal y la falta de conocimientos técnicos de los colaboradores hacen que los clientes perciban el poco y/o nulo interés por conocer sus preferencias y gustos, se recomienda que la administración de Jugos Lorena defina un modelo de colaborador que sea la base de la búsqueda de personal calificado y que además se implemente

un plan de capacitación, entrenamiento y motivación constante para que ellos se sientan recompensados al brindar un buen servicio.

Después de aplicado el estudio y concluido que no existe una aceptable gestión de la calidad, por ende, las habilidades, y destrezas de los colaboradores tiene un efecto negativo en la satisfacción de los clientes, se recomienda que los encargados de recursos humanos deban estructurar un plan de entrenamiento constante del personal, el cual se incluya desde el proceso de contratación.

Después de aplicado el estudio y concluido que la gestión de la calidad repercute en los esfuerzos que los colaboradores hacen para entender y comprender las necesidades que satisfacen a los clientes de Jugos Lorena, se recomienda que la administración programe capacitaciones periódicas con un especialista en el rubro de atención para que entrene y capacite al personal en técnicas y habilidades de comunicación verbal y no verbal, además de afianzar los conocimientos sobre los estándares de servicio que el establecimiento establezca.

Después de aplicado el estudio y concluido que la gestión de la calidad de servicio influye en la manera como los colaboradores narran historias de los productos, insumos y prestaciones que ofrece y brinda Jugos Lorena, se recomienda implantar dinámicas grupales en las cuales se practiquen eventos temáticos donde los colaboradores puedan romper el hielo y afianzar lazos amicales en el estrés propio del trabajo en un restaurante, esto conlleva a que los trabajadores mediante

la persuasión de sus líderes operacionales logren captar la atención y cautivar al cliente mediante la sorpresa al contar y narrar todo lo que puede ofrecer Jugos Lorena buscando únicamente la satisfacción del cliente.

Después de aplicado el estudio y concluido que la gestión de la calidad repercute en la fidelización de los clientes, se recomienda implementar una encuesta permanente donde los clientes puedan ingresar sus datos, esto servirá para tener una base de datos en donde puedan contactarlos en aquellos momentos especiales, tales como su cumpleaños, aniversarios, reuniones de trabajo, etc. Además, usar los medios digitales como las redes sociales, e-mail, entre otros, para que el cliente tenga a la marca siempre presente, esto sin dejar de lado que el producto logre el estándar deseado y así poder crear el boca a boca que hará que el cliente retorne a Jugos Lorena en el tiempo.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Arozarena, Y. (2015, 16 diciembre). *La gastronomía y los restaurantes. Origen y evolución*. <https://www.panoramacultural.com.co/gastronomia/8049/una-breve-historia-de-los-restaurantes>

Centro de Innovación y Desarrollo Emprender, Pontificia Universidad Católica del Perú, 2019. *Metodologías ágiles: conoce las 03 más utilizadas en las empresas y sus beneficios*. <https://cide.pucp.edu.pe/metodologias-agiles-conoce-las-3-mas-utilizadas-en-las-empresas-y-sus-beneficios/>

Cooper, B., Floody B., & McNeil, G. (2012). *Cómo iniciar y administrar un restaurante*. Norma S.A. (trabajo original publicado 2012).

Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile. (2022, 13 octubre). *Definición y propósito de la Investigación Aplicada*. <https://bibliotecas.duoc.cl/investigacion-aplicada/definicion-proposito-investigacion-aplicada>

Conexión Escuela de Administración de Negocios. (2019, 9 febrero). *El proceso del Design Thinking: los pasos principales para desarrollarlo*. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-proceso-del-design-thinking-los-pasos-principales-para-desarrollarlo>

Chambi, C. (2021). *Gestión de Calidad del Ciclo de Deming y la Gestión Administrativa de las MYPE del sector servicio, rubro de Restaurantes del barrio Santa Barbara en el distrito de Juliaca*. [Tesis de Grado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18206/GESTION CALIDAD CICLO DEMING CHAMBI HUALPA CIPREANA.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18206/GESTION_CALIDAD_CICLO_DEMING_CHAMBI_HUALPA_CIPREANA.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Cronin, J. & Taylor, S. (1992): “*Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*”. *Journal of Marketing*, 56(3), pp. 55-68.
<https://www.jstor.org/stable/1252296?origin=crossref>

Deming, W. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad: La salida de la crisis*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.

Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. *Innovar*, vol. 15 (núm. 25), ISSN: 0121-5051.
Http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512005000100004&lng=en&tlng=es.

Escobar, M. (2021). *Evaluación de la Calidad en el Servicio del Subsector de Restaurantes en la ciudad de Santiago de Cali* [Tesis de Grado, Universidad Autónoma de Occidente]
<https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/12245/T09089.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Fernandes M. 2020. *Artículo de la revista Desire “Prototipado en design Thinking”*.
<https://desire.webs.uvigo.es/prototipado-en-design-thinking/>

Gutiérrez, F. (2021). *Diseño e Implementación de un Cuadro de Mando Integral para medir la Efectividad Operativa relacionada a Procesos Internos y Atención al Cliente en Grupo Bottega S.A.C. de la Ciudad de Piura* [Tesis de Grado, Universidad de Piura]
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5420/TSP_CyA_2115.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2020, marzo 11). *Negocios de restaurantes aumentó 4,60% en diciembre de 2019* [Comunicado de prensa].

<http://m.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/notadeprensa040.pdf>

Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2022, 20 enero). *Actividad de restaurantes creció 44,45% en noviembre del año 2021*. [Comunicado de prensa].

<https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-008-2022-inei.pdf>

López, P. (2004). *Población Muestra y Muestreo*. *Punto Cero*, 09(08), 69-74. Recuperado en 13 de septiembre de 2022, de:

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es.

Lugo, Z. (2013). *“Población y Muestra”*.

<https://www.diferenciador.com/poblacion-y-muestra/>

Mata, M. & Macassi, S. 1997. *Cómo elaborar muestras para los sondeos de audiencias*. *Cuadernos de investigación No 5*. ALER, Quito.

Matsumoto, R. (2014). *Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto*. *Revista Perspectivas*, N°34,

ISSN: 1994-3733. Recuperado el 19 de febrero de 2022, de

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332014000200005&lng=es&tlng=es.

Monroy, M. & Ucádiz, F. (2019). *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México*. *Investigación Administrativa*, vol.

48 (núm. 123), ISSN: 2448-7678.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456057665005>

Murillo J. 2008. *La Investigación Científica*. Citado en “Una forma de conocer las realidades con evidencia Científica” de Zoila Vargas

<https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>

Organización Internacional de Normalización 9000, 2015. *Sistemas de gestión de calidad – Fundamentos y Vocabulario*.

<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es:term:3.9.2>

Pérez, M. (Última edición:15 de octubre del 2021). *Definición de Satisfacción*.

Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/satisfaccion/>

Plataforma Digital Única del Estado Peruano. (9 septiembre, 2021). *Ministro*

Quispe Apaza: “Vamos a fortalecer a los restaurantes de todo el país”.

<https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/521312-ministro-quispe-apaza-vamos-a-fortalecer-a-los-restaurantes-de-todo-el-pais>

Pole K. (2009, marzo). *Artículo de la revista renglones: “Diseño de metodologías mixtas una revisión de las estrategias para combinar metodologías cuantitativas y cualitativas”*.

https://rei.iteso.mx/bitstream/handle/11117/252/kathryn_pole.pdf

Rodríguez, A. (2021, diciembre). *El Balanced Scorecard (Cuadro de Mando Integral) y su Influencia en el proceso de control del Restaurante Criollísimo del distrito de Los Olivos*. [Tesis de Grado, Universidad San Martín de Porres]

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7763/RODRIGUEZ_PA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Salazar, D., Díaz, P., Benalcázar, L. & Acuña, J. (2018). *Gestión Administrativa en Establecimientos de Alimentos y Bebidas ubicados en el sector de la Ronda del Centro Histórico de la Ciudad de Quito (Ecuador)*. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, Vol. 14 (Nº1), ISSN: 0718-235X. <https://www.scielo.cl/pdf/riat/v14n1/0718-235X-riat-14-01-00002.pdf>

Setó-Pamies, D. (2004). *De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente*. Madrid, España: ESIC Editorial.

Tinto, J., (2013). *El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. Un ejemplo de aplicación práctica utilizado para conocer las investigaciones realizadas sobre la imagen de marca de España y el efecto país de origen*. *Provincia*, (29), 135-173. <https://www.redalyc.org/pdf/555/55530465007.pdf>

Thompson, I. (2019). *"La Satisfacción del Cliente"*

LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE - Promonegocios.net

Zeithaml, V., Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12–40.

Zeithaml, V. & Parasuraman, A. (2004). *Relevant knowledge series: Service Quality*. Cambridge, Mass.: Marketing Science Institute.

ANEXOS

Anexo 1: Reporte de similitud de Turnitin y firma de autores y asesor.

Similarity Report

<p><small>PAPER NAME</small></p> <p>GESTI% C3% 93N DE LA CALIDAD DEL SE RVICIO Y SATISFACCI% C3% 93N DE LOS CLIENTES EN JUGOS LORENA - CA% C3% 91ETE% 2C 2022.docx</p>	<p><small>AUTHOR</small></p> <p>GIANCARLO ANDREE RAVINA PAREDES</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------

<p><small>WORD COUNT</small></p> <p>31573 Words</p>	<p><small>CHARACTER COUNT</small></p> <p>169921 Characters</p>
<p><small>PAGE COUNT</small></p> <p>175 Pages</p>	<p><small>FILE SIZE</small></p> <p>1.4MB</p>
<p><small>SUBMISSION DATE</small></p> <p>Dec 5, 2023 10:19 PM GMT-5</p>	<p><small>REPORT DATE</small></p> <p>Dec 5, 2023 10:21 PM GMT-5</p>

- **15% Overall Similarity**
 The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.
 - 12% Internet database
 - 9% Publications database
 - Crossref database
 - Crossref Posted Content database
 - 11% Submitted Works database
- **Excluded from Similarity Report**
 - Bibliographic material
 - Quoted material

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	DNI	Firma
Giancarlo Andree	Ravina Paredes	48147913	
Ruben Alexander	Diaz Outten	06801840	
Wilson	Mendez Espinal	45660414	

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Roxana Alexandra	Albarracín Aparicio	41981490	