

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE
EMPRESAS



TESIS

**“Calidad de servicio de la pollería chifa restaurant
Kokys Huánuco- 2025”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTOR: Gabriel Laurencio, Andoni Owen

ASESOR: Callan Bacilio, Richard

HUÁNUCO – PERÚ

2025

U

D

H

**TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:**

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional ()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión administrativa
AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias sociales

Sub área: Economía, Negocios

Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título
Profesional de Licenciado en Administración de
Empresas

Código del Programa: P13

Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 76541332

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 46825060

Grado/Título: Maestro en educación, mención:
investigación y docencia superior.

Código ORCID: 0000-0001-7959-403x

DATOS DE LOS JURADOS:

Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	López Sánchez, Jorge Luis	Doctor en gestión empresarial	06180806	0000-0002- 0520-8586
2	Linares Beraún, William Giovanni	Maestro en gestión pública para el desarrollo social	07750878	0000-0002- 4305-7758
3	Huerto Orizano, Diana	Maestro en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	40530605	0000-0003- 1634-6674



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
P.A. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **16:00 horas del día 18 del mes de noviembre del año 2025**, en el Auditorio "San Juan Pablo II" de la Facultad de Ciencias Empresariales, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador integrado por los docentes:

Dr. Jorge Luis López Sánchez
Mtro. William Giovanni Linares Beraún
Mtra. Diana Huerto Orizano

Presidente
Secretario
Vocal

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N° 1359-2025-D-FCOMP-UDH**, para evaluar la Tesis intitulada: "**CALIDAD DE SERVICIO DE LA POLLERÍA CHIFA RESTAURANT KOKYS HUÁNUCO- 2025**", presentada por el Bachiller, **GABRIEL LAURENCIO, Andoni Owen**, para optar el título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo **APROBADO** con el calificativo cuantitativo de **14 (CATORCE)** y cualitativo de **SUFICIENTE** (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las **16:40** horas del día **18 del mes de noviembre del año 2025**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.

Dr. Jorge Luis López Sánchez
DNI: 06180806
Código ORCID: 0000-0002-0520-8586
PRESIDENTE

Mtro. William Giovanni Linares Beraún
DNI: 07750878
Código ORCID: 0000-0002-4305-7758
SECRETARIO

Mtra. Diana Huerto Orizano
DNI: 40530605
Código ORCID: 0000-0003-1634-6674
VOCAL



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El comité de integridad científica, realizó la revisión del trabajo de investigación del estudiante: ANDONI OWEN GABRIEL LAURENCIO, de la investigación titulada "CALIDAD DE SERVICIO DE LA POLLERÍA CHIFA RESTAURANT KOKYS HUÁNUCO-2025", con asesor(a) RICHARD CALLAN BACILIO, designado(a) mediante documento: RESOLUCIÓN N° 773-2025-D-FCOMP-UDH del P. A. de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Puede constar que la misma tiene un índice de similitud del 22 % verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 15 de octubre de 2025



RICHARD J. SOLIS TOLEDO
D.N.I.: 47074047
cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA
D.N.I.: 71345687
cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

66. Gabriel Laurencio, Andoni Owen.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

22%

INDICE DE SIMILITUD

22%

FUENTES DE INTERNET

8%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.udh.edu.pe

Fuente de Internet

4%

2

distancia.udh.edu.pe

Fuente de Internet

2%

3

hdl.handle.net

Fuente de Internet

2%

4

repositorio.uladech.edu.pe

Fuente de Internet

1%

5

repositorio.upt.edu.pe

Fuente de Internet

1%

6

repositorio.ucv.edu.pe

Fuente de Internet

1%

7

bibdigital.epn.edu.ec

Fuente de Internet

1%



RICHARD J. SOLIS TOLEDO

D.N.I.: 47074047

cod. ORCID: 0000-0002-7629-6421



MANUEL E. ALIAGA VIDURIZAGA

D.N.I.: 71345687

cod. ORCID: 0009-0004-1375-5004

DEDICATORIA

A mis padres, por su gran apoyo en cada etapa de mi vida, por sus enseñanzas y consejos, que me inspiraron a seguir adelante cuando más lo necesitaba.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios por darme salud y fortaleza para poder terminar mi etapa profesional.

Agradecer a mi asesor Richard Callan Bacilio, por su tiempo y por compartir sus valiosos conocimientos que me permitieron desarrollar la presente investigación.

A los diferentes docentes por sus enseñanzas y consejos en toda mi etapa profesional en la universidad

Finalmente, al gerente de la pollería Koky's por las facilidades otorgadas para poder desarrollar mi presente trabajo de investigación.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	IX
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN.....	XIII
CAPÍTULO I.....	14
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	15
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	15
1.3. OBJETIVO GENERAL.....	16
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	16
1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	16
1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	16
1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	16
1.6. LIMITACIONES	17
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	17
CAPÍTULO II.....	18
MARCO TEÓRICO	18
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	18
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	18
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	19

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES	20
2.2. BASES TEÓRICAS	21
2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO	21
2.2.2. IMPORTANCIA DEL SERVICIO.....	22
2.2.3. MODELO SERVPERF.....	22
2.2.4. DIMENSIONES	23
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	26
2.4. VARIABLES	27
2.4.1. VARIABLE ÚNICA.....	27
2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	28
CAPÍTULO III.....	29
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	29
3.1.1. ENFOQUE.....	29
3.1.2. ALCANCE O NIVEL	29
3.1.3. DISEÑO.....	29
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	30
3.2.1. POBLACIÓN.....	30
3.2.2. MUESTRA.....	30
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
.....	31
3.3.1. TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.3.2. INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN	31
3.3.3. PARA LA PRESENTACIÓN DE LOS DATOS	
(CUADROS Y/O GRAFICOS)	32

3.3.4. PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS	
DATOS	32
CAPÍTULO IV	33
RESULTADOS	33
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS.....	33
CAPÍTULO V	64
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	64
5.1. CONTRASTACIÓN DE RESULTADOS	64
CONCLUSIONES.....	67
RECOMENDACIONES	70
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS.....	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables.....	28
Tabla 2 Clientes de la pollería Koky's	30
Tabla 3 Baremación de datos	32
Tabla 4 El local cuenta con equipamiento moderno e innovador.....	33
Tabla 5 Las instalaciones se encuentran en óptimas condiciones y están limpias.....	34
Tabla 6 El personal tiene una apariencia aseada y presentable.....	34
Tabla 7 Las instalaciones son agradables y confortables.....	35
Tabla 8 Los elementos como la carta y folletos, son visualmente atractivos.	36
Tabla 9 El personal realizó el servicio de manera adecuada.....	37
Tabla 10 El personal se preocupó por resolver mis dudas o problemas.....	38
Tabla 11 El personal cumplió con los tiempos establecidos para el servicio	39
Tabla 12 El personal fue eficiente al brindarme el servicio	40
Tabla 13 Fui atendido(a) de manera rápida y eficaz.....	41
Tabla 14 Se cumplieron los horarios establecidos en el servicio.....	42
Tabla 15 El personal mostró interés en ayudarme ante cualquier inconveniente.....	43
Tabla 16 El personal estuvo disponible para resolver mis dudas	44
Tabla 17 Recibí atención personalizada.....	45
Tabla 18 <i>El personal mostró interés en brindarme una buena atención</i>	46
Tabla 19 El personal estuvo atento a mis necesidades	47
Tabla 20 El tiempo de atención fue adecuado.....	48
Tabla 21 El personal siempre fue amable conmigo	49
Tabla 22 El personal mostró respeto hacia mi persona.....	50
Tabla 23 El personal demostró tener conocimientos sobre su cargo.....	51
Tabla 24 El comportamiento del personal le transmitió confianza	52
Tabla 25 Me sentí seguro(a) dentro de las instalaciones.....	53
Tabla 26 Niveles de baremación de la calidad de servicio	54
Tabla 27 Puntajes de baremación de la calidad de servicio	55
Tabla 28 Calidad de servicio.....	55
Tabla 29 Niveles de baremación de la dimensión elementos tangibles.....	56

Tabla 30 Puntajes de la dimensión de elementos tangibles	56
Tabla 31 Elementos tangibles.....	57
Tabla 32 Niveles de baremación de la dimensión Fiabilidad	58
Tabla 33 Puntajes de la dimensión de fiabilidad	58
Tabla 34 Fiabilidad.....	58
Tabla 35 Nivel de baremación de la dimensión capacidad de respuesta	59
Tabla 36 Puntajes de la baremación de la dimensión capacidad de respuesta	59
Tabla 37 Capacidad de respuesta	60
Tabla 38 Nivel de baremación de la dimensión empatía	61
Tabla 39 Puntajes de la baremación de la dimensión empatía.....	61
Tabla 40 Empatía.....	61
Tabla 41 Nivel de baremación de la dimensión seguridad.....	62
Tabla 42 Puntajes de la baremación de la dimensión seguridad	62
Tabla 43 Seguridad.....	63

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 El local cuenta con equipamiento moderno e innovador.	33
Gráfico 2 Las instalaciones se encuentran en óptimas condiciones y están limpias.....	34
Gráfico 3 El personal tiene una apariencia aseada y presentable	35
Gráfico 4 Las instalaciones son agradables y confortables	36
Gráfico 5	37
Gráfico 6 El tiempo de atención fue adecuado	38
Gráfico 7 El personal se preocupó por resolver mis dudas o problemas	39
Gráfico 8 El personal cumplió con los tiempos establecidos para el servicio	40
Gráfico 9 El personal fue eficiente al brindarme el servicio	41
Gráfico 10 Fui atendido(a) de manera rápida y eficaz	42
Gráfico 11 Se cumplieron los horarios establecidos en el servicio	43
Gráfico 12 El personal mostró interés en ayudarme ante cualquier inconveniente.....	44
Gráfico 13 El personal estuvo disponible para resolver mis dudas.....	45
Gráfico 14 Recibí atención personalizada	46
Gráfico 15 El personal mostró interés en brindarme una buena atención ..	47
Gráfico 16 El personal estuvo atento a mis necesidades	48
Gráfico 17 El tiempo de atención fue adecuado	49
Gráfico 18 El personal siempre fue amable conmigo.....	50
Gráfico 19 El personal mostró respeto hacia mi persona	51
Gráfico 20 El personal demostró tener conocimientos sobre su cargo	52
Gráfico 21 El comportamiento del personal le transmitió confianza.....	53
Gráfico 22 Me sentí seguro(a) dentro de las instalaciones	54

Gráfico 23	Calidad de servicio	56
Gráfico 24	Elementos tangibles	57
Gráfico 25	Fiabilidad	59
Gráfico 26	Capacidad de respuesta.....	60
Gráfico 27	Empatía	62
Gráfico 28	Seguridad	63

RESUMEN

La presente investigación titulada: “Calidad de servicio en la Pollería Chifa Restaurant Kokys, Huánuco-2025”, tuvo como objetivo analizar el nivel de calidad de servicio en la Pollería Chifa Restaurant, Kokys Huánuco – 2025. La metodología de la investigación fue de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental. La población de estudio fue de 1280 clientes, se utilizó una muestra probabilística de 295 clientes a quienes se le aplicó los instrumentos de recolección de datos. Los resultados muestran que un 87.5% de los clientes encuestados percibe un nivel alto, mientras que un 12.5 % percibe un nivel medio respecto a la calidad de servicio, por lo tanto, se puede concluir que hay una percepción favorable de parte de los clientes, es decir el nivel de calidad ofrecido por los colaboradores (presentación, buen trato, amabilidad, respeto) y el buen ambiente de las instalaciones, son valorados de manera positiva por los clientes.

Palabras Claves: Calidad de servicio, clientes, atención al cliente, satisfacción, percepción.

ABSTRACT

The present research, entitled “Service Quality at Pollería Chifa Restaurant Kokys, Huánuco-2025,” aimed to analyze the level of service quality at Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco – 2025. The research methodology was applied, with a quantitative approach, descriptive level, and non-experimental design. The study population was 1,280 customers, and a probabilistic sample of 295 customers was used to whom the data collection instruments were applied. The results show that 86.1% of customers strongly agree, while 13.9% agree with the level of quality provided. Therefore, it can be concluded that there is a favorable perception on the part of customers, that is, the level of quality offered by employees (presentation, good treatment, kindness, respect) and the good atmosphere of the facilities are valued positively by customers.

Keywords: Quality of service, customers, customer service, satisfaction, perception.

INTRODUCCIÓN

La Calidad de servicio en la Pollería Chifa Restaurant Koky's, Huánuco – 2025, aborda diversos aspectos que inciden en la percepción del cliente con el servicio. Los colaboradores deben transmitir confianza, deben estar atentos y mostrar interés en resolver o ayudar a los clientes para que de esta manera se pueda ofrecer un buen servicio de calidad, sin olvidarnos que las instalaciones y sus decoraciones también cumplen un papel importante, por lo cual deben estar en las condiciones adecuadas.

El primer capítulo: Se realiza el planteamiento del problema respecto a la variable de estudio, con lo cual se determinan los objetivos generales y específicos de la investigación. Asimismo, se establecen las justificaciones teóricas, prácticas y metodológicas. Por otro lado, también se definen las limitaciones y la viabilidad de la investigación.

El segundo capítulo: Se desarrolla el marco teórico de la investigación respecto a la variable de estudio, para lo cual se emplean los antecedentes internacionales, nacionales y locales. Asimismo, en este capítulo también se presentan las bases teóricas de la variable de estudio, sus definiciones conceptuales y la operacionalización de variables.

El tercer capítulo: Se describe la metodología utilizada en la investigación. Se menciona el tipo, el enfoque, el nivel y el diseño del estudio. Además, se calcula la población y la muestra del estudio, y por último se detallan los instrumentos de recolección de datos empleados en la investigación.

El cuarto capítulo: Se muestran los resultados obtenidos en la investigación.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En los últimos años a nivel mundial se ha incrementado el interés por la calidad en los servicios, ya que se ha convertido en un factor clave para la competitividad de las organizaciones, por esta razón estas mismas se están esforzando por optimizar los servicios que brindan y enfocan sus recursos en lograr altos niveles de satisfacción en sus clientes. Es así que las organizaciones optan por calcular y medir los servicios que ofrecen de manera frecuente para alcanzar sus objetivos empresariales (Larico, 2022).

En el contexto del mercado peruano, se observa una creciente demanda en la calidad de servicio por parte de los usuarios, esto ha ido motivando algunas organizaciones a desarrollar estudios que identifiquen las percepciones, gustos y preferencias, se reconoce que la prestación de un servicio de excelencia contribuye al logro de los propósitos de una organización. (Ramos Ferroñán, et al., 2020).

La Pollería Chifa Restaurant Koky's inició sus actividades en el año 2019 en el distrito de Pillco Marca – Huánuco, destacándose por ofrecer una variedad de platos representativos de la gastronomía peruana, especialmente el pollo a la brasa, en un ambiente atractivo y confortable.

A pesar del crecimiento que ha experimentado desde su apertura y de la buena acogida general de sus platos, la Pollería Chifa Restaurant Kokys enfrenta actualmente una debilidad importante relacionada con la calidad del servicio que brinda a sus clientes. Se ha identificado una carencia de información sistematizada sobre los factores que inciden en la percepción del servicio por parte de los consumidores, lo cual dificulta conocer con claridad qué aspectos valoran más, cuáles son sus expectativas en cuanto a la atención, el ambiente, la presentación de los platos y la interacción con el personal, así como los elementos que podrían estar generando insatisfacción.

En un entorno cada vez más competitivo y con clientes más exigentes, esta falta de conocimiento sobre la experiencia del usuario limita la capacidad del negocio para implementar mejoras orientadas a elevar la calidad del servicio. Esto representa una amenaza para su posicionamiento y sostenibilidad a mediano y largo plazo, ya que impide tomar decisiones estratégicas basadas en evidencia y responder eficazmente a las demandas del mercado.

Por ello, se vuelve necesario realizar una investigación centrada en analizar el nivel de calidad de servicio en la Pollería Chifa Restaurant Kokys. Dicha investigación debe permitir identificar los factores que influyen en la satisfacción o insatisfacción del cliente, con el fin de diseñar estrategias efectivas para optimizar la atención, mejorar la experiencia gastronómica, y reforzar la competitividad del restaurante en el sector.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cuál es el nivel de calidad de servicio en la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco - 2025?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿Cuál es el nivel de confiabilidad que brinda la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco - 2025?

¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta en la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco - 2025?

¿Cuál es el nivel de la seguridad que brinda la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco - 2025?

¿Cuál es el nivel de la empatía en la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco - 2025?

¿Cuál es el nivel de los elementos tangibles en la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco - 2025?

1.3. OBJETIVO GENERAL

Analizar el nivel de calidad de servicio en la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco – 2025.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Analizar el nivel de confiabilidad que brinda la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco – 2025.

Analizar el nivel de la capacidad de respuesta en la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco – 2025.

Analizar el nivel de la seguridad que brinda la Pollería Chifa - Restaurant Kokys Huánuco – 2025.

Analizar el nivel de la empatía en la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco – 2025.

Analizar el nivel de los elementos tangibles en la Pollería Chifa Restaurant Kokys Huánuco – 2025.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El presente estudio se justificó de manera teórica, porque permitió aumentar el cuerpo teórico sobre la variable calidad de servicio y sus respectivas dimensiones, las cuales van a servir de apoyo ya sea para fines académicos o empresariales.

1.5.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

El presente estudio se justificó de manera práctica, porque los resultados que se obtuvieron en la investigación permitieron tomar decisiones adecuadas sobre cómo mejorar el servicio que se brinda al cliente, a su vez mejorar su imagen y logros empresariales.

1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

El presente estudio se justificó de manera metodológica, en el que se aplicó un instrumento de escala Likert, adecuado para recolectar

datos y niveles de satisfacción de los clientes de manera confiable y precisa. Esto permitió analizar los resultados mediante cuadros estadísticos y así poder identificar fortalezas y debilidades del servicio.

1.6. LIMITACIONES

La limitación de la investigación fueron la disponibilidad de tiempo para realizar la aplicación del cuestionario y la disposición de los clientes para rellenar la encuesta.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente estudio fue viable, porque se contó con una extensa teoría sobre la variable de estudio, por otra parte, se tuvo acceso a la Pollería Chifa Restaurant Kokys, donde se llevó a cabo la recolección de datos de los clientes para desarrollar la investigación y porque se dispuso de los recursos necesarios y la disponibilidad de tiempo para desarrollar el trabajo de investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Nicholson (2021) en su trabajo de investigación titulada: “Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021” , el objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC en Panamá, se utilizó un método cuantitativo, el diseño de la investigación será descriptiva explicativa, transversal. Para la recolección de datos se empleó la técnica de encuesta. Se realizó una encuesta de 20 ítems a una muestra de 25 clientes del restaurante KFC. Asimismo, se concluyó que existe una relación significativa entre las dos variables, así mismo la información obtenida proporcionó una visión más precisa sobre las percepciones de los usuarios. Los resultados evidenciaron un nivel alto de satisfacción respecto al servicio brindado por el restaurante KFC, no obstante, también se identificó que algunos consumidores se encontraban insatisfechos con el servicio brindado por KFC, ante ello se consideró necesario aplicar estándares y fortalecer la calidad para cumplir y satisfacer las expectativas de los clientes.

Márquez et al., (2021) en su trabajo de investigación titulada: “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes del terminal Portoviejo”, el objetivo de la investigación fue determinar la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente, para la metodología se empleó la descriptiva, correlacional y de estudio de campo. Para la recolección de datos se empleó la técnica de encuesta. Para seleccionar la muestra se empleó el muestreo probabilístico. La encuesta se aplicó a 114 clientes. Asimismo, se concluyó que la calidad de servicio mantiene una relación significativa con la satisfacción del cliente, ya que contribuye a generar una mejor rentabilidad y

competitividad de la empresa, también genera valor mucho valor tanto para el consumidor como para la empresa.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Larico (2022) en su estudio de investigación titulado: “Calidad del servicio en restaurantes de Cañete – Perú”, el objetivo de la investigación fue determinar el nivel de calidad de los servicios de los restaurantes de Cañete, para la metodología de la investigación se utilizó el enfoque cuantitativo y diseño no experimental de carácter descriptivo. Para la recolección de información se empleó la técnica de encuesta a 103 clientes de la provincia de Cañete, los agentes evaluados fueron: ambiente, comida, instalaciones, seguridad y conveniencia. Asimismo, la investigación evidenció que existe un nivel deficiente en la calidad del servicio ofrecido en los establecimientos de los restaurantes analizados en la provincia de Cañete, la cual debe ser atendida por los propietarios, considerando los desafíos que plantea el entorno dinámico y las crecientes exigencias de sus clientes, las mejoras en este aspecto permitirán obtener un mayor nivel de satisfacción por parte de los consumidores.

Cariga et al., (2025) en su trabajo de investigación titulado: “Análisis de la calidad del servicio en el sector cafetería en el Perú”, el objetivo de la investigación fue analizar este aspecto en un establecimiento representativo del sector en Perú, para ello se empleó el modelo SERVQUAL para valorar las principales dimensiones, la metodología que se empleó en el estudio es cuantitativa, con un diseño no experimental y descriptivo. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta. Para seleccionar la muestra se empleó el muestreo aleatorio simple. La encuesta se aplicó a 170 clientes. Asimismo, se concluyó que mejorar la calidad del servicio es fundamental para elevar el nivel de percepción del cliente, fortalecer su fidelización y ayudar a la diferenciación en un mercado altamente competitivo. Los resultados destacan la importancia de aplicar estrategias orientadas a la optimización del servicio con la finalidad de

garantizar una ventaja competitiva sostenible dentro de la industria de las cafeterías.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

Palacios (2022) en su estudio de investigación titulado: “Percepción de calidad de servicio en la empresa no té, con té, Huánuco 2022”, el objetivo de la investigación fue identificar las principales características de la percepción de la calidad de servicio en la empresa No té, con té, La metodología fue de enfoque cuantitativo, de nivel o alcance descriptivo simple, el diseño del estudio fue no experimental. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuesta y como instrumento el cuestionario, el cual fue sometido a confiabilidad a través del alfa de Cronbach. Asimismo, la investigación concluyó que los clientes valoran de manera positiva a los elementos tangibles como la infraestructura y ambiente del establecimiento en un 80%, a la fiabilidad en la prestación del servicio en un 94%; a la capacidad de respuesta del personal del café bistró en un 88%, a la seguridad en la atención del servicio en un 82% y a la empatía demostrada por los empleados en un 90%. Todas estas dimensiones resultan fundamentales para garantizar un buen nivel de servicio de calidad y garantizar la satisfacción del cliente.

Espinoza (2020) en su investigación titulada: “Efectividad de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del restaurante Casa Portales & Sushi Huánuco EIRL, en tiempos de Covid - 19”, Huánuco, 2020; el objetivo de la investigación fue determinar la efectividad de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del restaurante Casa Portales & Sushi en Huánuco, La metodología se aplicó bajo el enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, prospectiva, observacional, transversal y analítico, con un solo corte muestral, de nivel descriptivo-explicativo y de diseño no experimental de tipo transversal. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento se empleó el cuestionario, el cual estaba basado en el modelo SERVPERF. Para seleccionar la muestra se empleó el muestreo no probabilístico por

conveniencia. La población estuvo conformada por 150 clientes, los mismos que constituyeron la muestra. Asimismo, se concluyó que la calidad de servicio tuvo un impacto positivo en la satisfacción del cliente del restaurante Casa Portales & Sushi Huánuco, durante el periodo de covid-19, en el año 2020.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. CALIDAD DE SERVICIO

De acuerdo con Zeithaml et al., (1998), la calidad de servicio se entiende como la diferencia entre la percepción que tiene el cliente con un servicio recibido y las expectativas que el cliente había desarrollado con anterioridad. Por su parte, Cronin & Taylor, (1992), sostiene que la calidad en el servicio es la actitud del consumidor que se ha formado a partir de la percepción la cual ha sido generada a través de la experiencia del consumo. En este sentido, la calidad no se encuentra instaurada en el servicio, sino en el valor percibido por el cliente y por el cual está dispuesto a pagar.

La calidad del servicio es un concepto complejo y abstracto cuya medición resulta difícil, ya que está compuesto de diversos atributos (tangibles, intangibles y subjetivos) que están vinculados con la percepción del cliente respecto a la competencia que tiene una organización para poder satisfacer sus expectativas. (Stefano et al., 2020; y Cáriga et al., 2025), asimismo, el cliente efectúa una apreciación propia de la calidad del servicio durante o después de la prestación de dicho servicio, considerando la brecha entre lo que recibe y lo que espera recibir, es por ello, que la calidad del servicio se puede entenderse como una diferencia entre la percepción y la expectativa del cliente frente a un servicio recibido. (Palacios, 2014)

Por lo tanto, La calidad de servicio puede definirse como el nivel de satisfacción que experimenta un cliente al comparar sus expectativas previas con la percepción real del servicio recibido. Esta calidad se construye a partir de aspectos tangibles, como la infraestructura e intangibles, como la atención, la empatía y la

confiabilidad del personal. También Implica la capacidad de la organización para interpretar y responder de manera efectiva a las necesidades del cliente.

2.2.2. IMPORTANCIA DEL SERVICIO

Tschohl y Soriano, (2001) mencionan, que un servicio es un elemento fundamental que permite a las organizaciones mantener su nivel competitivo. Asimismo, sostienen que, mediante un servicio eficiente, las empresas van a poder generar un mejor impulso hacia el logro de sus metas y objetivos, permitiendo de esta manera un crecimiento sostenido que los conducirá a alcanzar niveles superiores de rentabilidad y éxito.

Paz, (2005) menciona, que el servicio al cliente no debe ser considerado como una opción genérica, sino como un componente importante para la supervivencia de una empresa, ya que es una base que puede determinar el éxito o su fracaso. Asimismo, afirma que el servicio al cliente es un aspecto que se puede mejorar, siempre que la organización lo considere necesario.

Entonces, podemos afirmar que un servicio es uno de los pilares más trascendentales dentro de una organización, porque de esto depende que una empresa consiga mantenerse en el tiempo siendo competitiva y llegar a ser exitosa, así como influir en el fracaso de la misma. Por otra parte actualmente debido a la alta competencia sobre todo en los precios, es importante que una organización tome el buen servicio como un factor diferenciador o como valor agregado para complacer a sus clientes ya que si estos se sienten satisfechos se podrán mantener fieles retornando para realizar otra compra.

2.2.3. MODELO SERVPERF

Ibarra y Casas, (2015) mencionan que la evaluación de la calidad del servicio ha sido un asunto de mucho debate y análisis entre los expertos en la materia. Asimismo, entre la mayoría de los autores existe un consenso en reconocer que los estudios desarrollados por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1985, dieron validez al modelo Servqual, consolidándose como el modelo más ampliamente utilizado

y aplicado para medir de la calidad en los servicios; no obstante, los autores Cronin & Taylor en 1992 propusieron un modelo alternativo al SERVQUAL, al cual nombraron SERVPERF, el cual resultó ser más eficaz para evaluar la calidad de los servicios. El enfoque de este modelo se basa en el desempeño, se centra específicamente en medir las percepciones de los clientes respecto al rendimiento de los servicios brindados. La diferencia principal que existe entre ambos modelos SERVQUAL y SERVPERF radica en que el primero considera tanto las expectativas como en percepciones de un usuario; en cambio el segundo, se enfoca primordialmente en la valoración de las percepciones de un usuario; asimismo, el procedimiento de evaluación y el contexto de las preguntas van a variar en función al modelo que se aplica (Cabrera, 2020)

También menciona que el modelo SERVPERF resulta ser el más apropiado para evaluar la calidad de los servicios, ya que este modelo se basa en las percepciones del usuario para determinar el nivel de satisfacción respecto a la atención recibida; este modelo emplea un cuestionario conformado por 22 preguntas, lo que permite aplicar una evaluación más precisa y completa.

Los autores Ramos et al., (2020) afirman que el modelo SERVPERF, contiene las mismas dimensiones que se encuentran en el modelo SERVQUAL.

2.2.4. DIMENSIONES

a) Fiabilidad

Hace referencia a la habilidad de una empresa para cumplir con el servicio ofrecido de manera confiable y precisa. Esta dimensión es considerada la más importante, debido a que refleja la capacidad de la organización para brindar un servicio responsable, seguro y confiable, en otras palabras, fiabilidad implica realizar un servicio de manera correcta desde el primer contacto, de modo que el cliente detecte la capacidad y competencia de la empresa. (Pozo, 2008)

Indicadores

Eficiencia: Consiste en ofrecer el servicio de manera adecuada, optimizando el uso del tiempo y los recursos materiales, ejecutándolo de la manera más óptima posible

Eficacia: Se refiere a garantizar el cumplimiento de que el cliente reciba el servicio contratado, sin tener en cuenta los medios o procedimientos utilizados en la entrega.

Efectividad: Implica ejecutar un servicio a través de un proceso estructurado, con el fin de satisfacer las expectativas del cliente.

b) Capacidad de respuesta

Hace referencia a la disposición para asistir a los usuarios y brindar un servicio ágil y adecuado. Asimismo, implica también el cumplimiento con los tiempos establecidos en el servicio y la cordialidad que la empresa demuestra hacia sus clientes. (Pozo, 2008)

Indicadores

Espera: Se refiere al periodo de tiempo que debe guardar el cliente antes de recibir un servicio.

Inicio y terminación: Algunos servicios regularmente se programan con un horario específico de inicio y término; por lo cual el cumplimiento de estos tiempos por parte de la empresa va influir de forma directa en la percepción de la calidad del servicio.

Duración: Se refiere al tiempo total que tomó todo el proceso para poder ejecutar un servicio.

c) Seguridad

Hace referencia al conocimiento, atención y competencia de los empleados, así como a su habilidad para transmitir confianza a los clientes. Está relacionada con la sensación de seguridad que percibe el cliente al depositar sus dudas en la empresa, confiando en que estas serán solucionadas de manera adecuada. La seguridad implica integridad, confiabilidad y honestidad, en este

sentido la organización debe mostrar su interés y compromiso en estos aspectos para garantizar una mejor satisfacción del usuario. (Pozo, 2008).

Indicadores

Cortesía: Hace alusión al respeto, amabilidad y buen trato otorgado durante la atención al cliente, manteniendo un comportamiento cordial.

Competencia: Se refiere a la habilidad y capacidad del personal para brindar un servicio de buena calidad.

Credibilidad: Se relaciona con la actitud y comportamiento del personal, el cual puede generar en el cliente sensaciones de confianza o inseguridad.

d) Empatía

Hace referencia al grado de atención personalizada y al conocimiento individual que brinda una empresa a sus clientes, asimismo la capacidad de empatizar, es decir, comprender y compartir las emociones de otros. Los pilares esenciales para una relación con el cliente es el respeto y una disposición positiva, esto se complementa con un compromiso genuino por parte de la organización para conocer y comprender a profundidad sus necesidades y requerimientos personales de cada cliente. (Pozo, 2008).

Indicadores

Personalización: Consiste en conseguir que el cliente perciba una atención individualizada, hacerlo sentir valorado y especial, lo cual va generar una percepción positiva hacia el servicio brindado por una empresa.

Conocimiento del cliente: Implica que, para brindar una atención personalizada, es necesario que el personal conozca el perfil, preferencias y las necesidades específicas del cliente.

e) Elementos tangibles

Hace referencia a todos los aspectos visibles que el cliente pueda percibir del personal y las instalaciones de la organización. (Ramos et al., 2020)

Indicadores

- Presentación física del personal, así como el estado y apariencia de los materiales de comunicación.
- Uso de equipos y herramientas novedosas.
- Infraestructura visualmente fascinante.
- Cuidado en la apariencia física del personal y asimismo una apariencia limpia y profesional.

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

1. Competitividad

Es la habilidad de una organización para crear y aplicar estrategias competitivas que le permitan mantener o mejorar su participación en el mercado de manera sostenida en el tiempo. (Ferraz, Kupfer, & Haguenaue, 1996)

2. Cliente

Se refiere al individuo que adquiere productos en algún establecimiento comercial o utiliza frecuentemente servicios prestados por las empresas a cambio de una transacción económica. (López, 2020)

3. Expectativas del cliente

Se refiere a lo que el cliente espera recibir en el momento de su decisión de compra por un servicio o producto. (Lara; 2003)

4. Percepción del cliente:

Hace referencia al nivel de desempeño o valor recibido que un cliente percibe después de una compra de un producto o servicio. Es decir, corresponde al resultado que el cliente considera después de una evaluación de su compra o experiencia de uso. (Thompson, 2005)

5. Producto

Un producto es aquello que se ofrece en un mercado, puede ser adquirido, consumido o utilizado, con la finalidad de satisfacer una necesidad del consumidor. (Kotler & Armstrong, 2001)

6. Satisfacción del cliente

Se refiere a cuando el desempeño percibido por un producto o servicio se asemeja a las expectativas que el cliente tenía antes de adquirir el producto. (Kotler & Armstrong, 2003)

7. Valor agregado

Consiste en un atributo extra que se añade al servicio, con la finalidad de incrementar su valor comercial. (José, 2013)

2.4. Variables

2.4.1. Variable única

Calidad de servicio

Tabla 1

Operacionalización de Variables

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos tangibles	Equipos modernos	El local cuenta con equipamiento moderno e innovador.	1 Totalmente en desacuerdo. 2 En desacuerdo 3 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo 4 De acuerdo 5 Totalmente de acuerdo
		Instalación optimas y limpias	Las instalaciones se encuentran en óptimas condiciones y están limpias.	
		Personal uniformado	El personal tiene una apariencia aseada y presentable.	
		Instalaciones confortables	Las instalaciones son agradables y confortables.	
	Fiabilidad	Cartas y folletos	Los elementos como la carta y folletos, son visualmente atractivos.	
		Cumplimiento con el servicio	El personal cumplió con lo que prometió en el servicio.	
		Interés en resolver problemas	El personal se preocupó por resolver mis dudas o problemas.	
		Cumplimiento con el tiempo	El personal cumplió con los tiempos establecidos para el servicio.	
	Capacidad de respuesta	Claridad en el servicio	El personal fue eficiente al brindarme el servicio.	
		Servicio rápido	Fui atendido(a) de manera rápida y eficaz.	
		Horario establecido	Se cumplieron los horarios establecidos en el servicio.	
		Ofrecer ayuda	El personal mostró interés en ayudarme ante cualquier inconveniente.	
	Empatía	Disponibilidad	El personal estuvo disponible para resolver mis dudas.	
		Atención personalizada	Recibí atención personalizada.	
		Preocupación por una buena atención	El personal mostró interés en brindarme una buena atención.	
		Comprensión de las necesidades del cliente	El personal estuvo atento a mis necesidades.	
	Seguridad	Tiempo de atención del personal	El tiempo de atención fue adecuado.	
		Amabilidad del personal	El personal siempre fue amable conmigo.	
		Respeto	El personal mostró respeto hacia mi persona.	
		Capacitación del personal	El personal demostró tener conocimientos sobre su cargo.	
		Confianza	El comportamiento del personal le transmitió confianza.	
		Seguridad en las instalaciones	Me sentí seguro(a) dentro de las instalaciones.	

CAPÍTULO III

METODOLÓGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de tipo Aplicada; también conocida como investigación práctica o empírica, la cual se distingue porque se orienta a la utilización de los conocimientos existentes, a la vez que se obtienen otras, luego de la implementación y sistematización de la práctica fundamentada en investigación (Martínez, 2004).

3.1.1. ENFOQUE

En la presente investigación se utilizó el enfoque cuantitativo Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), quienes sostienen que este tipo de métodos se orienta al análisis de los datos obtenidos a través de mediciones estadísticas, permitiendo formular conclusiones fundamentadas respecto a una o más hipótesis planteadas.

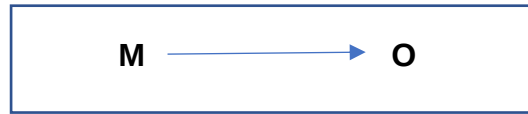
3.1.2. ALCANCE O NIVEL

El alcance o nivel de la investigación fue el descriptivo, según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), este tipo de estudio tiene como propósito identificar las dimensiones de una variable, así como conocer las preferencias y comprobar supuestos, el cual permite elaborar un diagnóstico fundamentado de una realidad estudiada.

3.1.3. DISEÑO

En la investigación se utilizó el diseño descriptivo, no experimental; ya que según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), este tipo de estudio no experimental, se desarrolla sin manipular de forma deliberada las variables, limitándose solo a observarlas y analizarlas cómo se manifiestan en su estado natural.

Del mismo modo, en este estudio de diseño no experimental de corte transversal se emplea el siguiente esquema para este tipo de estudios.



Dónde:

M= Muestra

O= Observación

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

Una población viene hacer un conjunto total de casos que cumplen con una determinada característica. Representa la totalidad del fenómeno que se va analizar, estas unidades de la población van a compartir una característica común el cual se estudia para obtener los datos de la investigación. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Para el desarrollo de la investigación la población estuvo constituida por los clientes de la Pollería Chifa Restaurant Kokys, como fuente de referencia se utilizaron las boletas emitidas durante el mes de Abril – 2025, dado que el estudio se llevó a cabo por el periodo de un mes.

Tabla 2

Clientes de la pollería Koky's

Empresa	Periodo	Clientes
POLLERÍA CHIFA	ABRIL - 2025	1280
RESTAURANT KOKYS - 2025		

Fuente: Datos brindados por la pollería Koky's.

3.2.2. Muestra

La muestra se define como el subgrupo de la población que formó parte del estudio, Según lo propuesto por Hernández-Sampieri &

Mendoza (2018), Para el presente estudio se utilizó la muestra probabilística, aleatoria simple

Aplicación de la fórmula para hallar la muestra:

$$n = \frac{(N)(Z)^2(p)(q)}{(d)^2 (N - 1) + (Z)^2(p)(q)}$$

Donde:

N= Población = 1280

p= Probabilidad de éxito = 50%

q=Probabilidad de fracaso = 50%

d=Nivel de precisión = 5%

z=Límite de confianza = 1.96

n= Muestra

$$n = \frac{(1280)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (1280 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = 295$$

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

3.3.1. TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se empleó la técnica de la encuesta, la cual según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), permite al investigador recopilar datos que desconocidos, con el fin de identificar el problema de investigación y proponer soluciones.

3.3.2. INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la investigación se utilizó el instrumento del cuestionario, según Hernández-Sampieri & Mendoza (2018), este instrumento

permite formular muchas interrogantes las cuales sirven para ayudar a resolver un problema de investigación.

Por otro lado, para el cuestionario utilizó el modelo SERVPERF para evaluar la percepción del cliente respecto al servicio brindando por la pollería Koky's.

3.3.3. PARA LA PRESENTACIÓN DE LOS DATOS (CUADROS Y/O GRAFICOS)

Para la representación de los datos se empleó cuadros y tablas de frecuencia para una presentación optima de los resultados obtenidos.

3.3.4. PARA EL ANÁLISI E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Para un eficiente procesamiento de los datos se utilizaron programas estadísticos como el IBM SPSS Statistics 31.0 y Microsoft Excel 18.0

Por otro lado, se realizó una baremación de datos, que consistió en medir la variable calidad de servicio y sus respectivas dimensiones en tres escalas: bajo, medio y alto.

Para el procedimiento de la baremación se sumó todos los puntajes de las preguntas y posteriormente se determinaron los rangos de la variable y sus dimensiones, el cual se dividió en bajo, medio y alto.

Tabla 3

Baremación de datos

Rango	Bajo	Medio	Alto
Calidad de servicio	[22-51]	[52-81]	[82-110]

Fuente: Datos de baremación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

Tabla 4

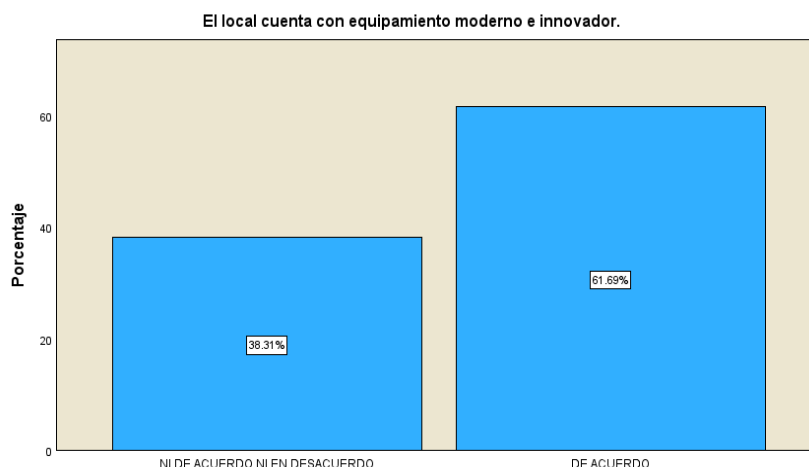
El local cuenta con equipamiento moderno e innovador

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	113	38.3
	DE ACUERDO	182	61.7
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 1

El local cuenta con equipamiento moderno e innovador.



Interpretación:

Según la tabla 4, se interpreta lo siguiente: el 61.69% de los clientes encuestados está de acuerdo, mientras el 38.31% de los clientes encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a los equipos modernos e innovadores de la pollería Koky's. Los datos recolectados indican que la mayoría de los clientes tienen una percepción positiva respecto a la infraestructura, lo cual influye en la calidad de servicio, sin embargo, un porcentaje considerable se mantiene en una posición neutral, lo cual abre una oportunidad de mejora en la visibilidad y modernidad de los equipos.

Tabla 5

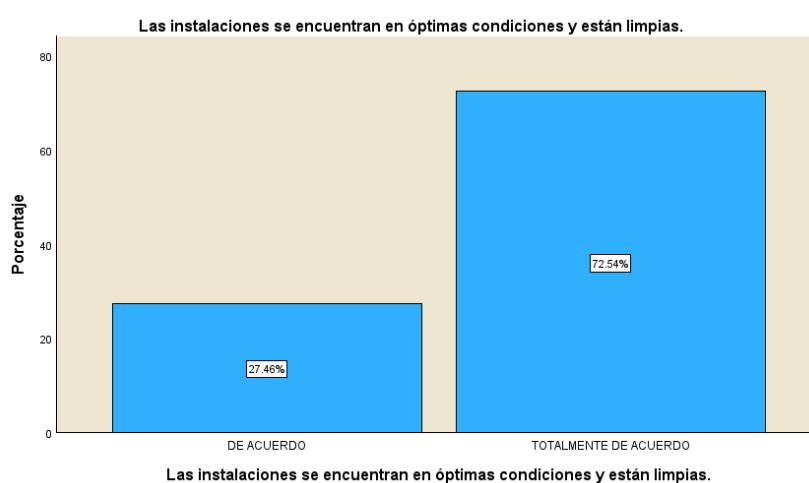
Las instalaciones se encuentran en óptimas condiciones y están limpias

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	81	27.5
	TOTALMENTE DE ACUERDO	214	72.5
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 2

Las instalaciones se encuentran en óptimas condiciones y están limpias.



Interpretación:

Según la tabla 5, se interpreta lo siguiente: el 72.54% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo, mientras 27.46% de los clientes encuestados está de acuerdo con la limpieza y condiciones adecuadas de las instalaciones de la Pollería. Los datos recolectados reflejan una percepción altamente positiva de los clientes respecto a la limpieza y condiciones adecuadas de las instalaciones de la Pollería Koky's.

Tabla 6

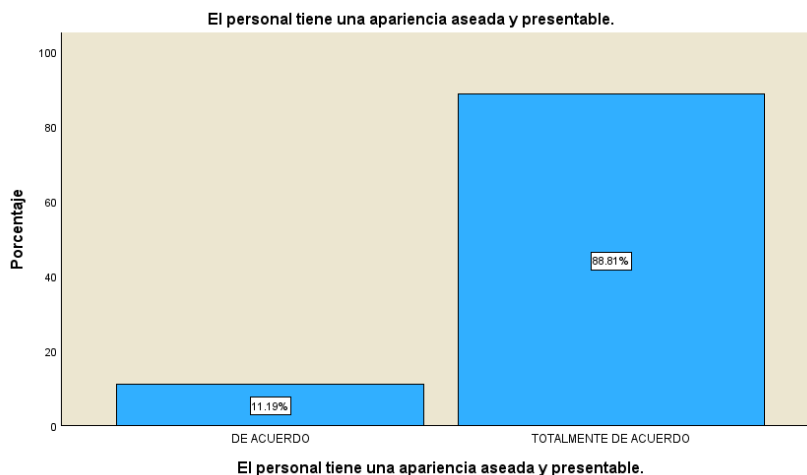
El personal tiene una apariencia aseada y presentable

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	33	11.2
	TOTALMENTE DE ACUERDO	262	88.8
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 3

El personal tiene una apariencia aseada y presentable



Interpretación:

Según la tabla 6, se interpreta lo siguiente: el 88.81% de los clientes encuestados están totalmente de acuerdo, mientras 11.19% de los clientes encuestados está de acuerdo con la presentación y buena presencia de del personal de la pollería Koky's. Los datos recolectados reflejan una valoración altamente positiva de los clientes respecto a la presentación y buena presencia de los colaboradores de la Pollería Koky's.

Tabla 7

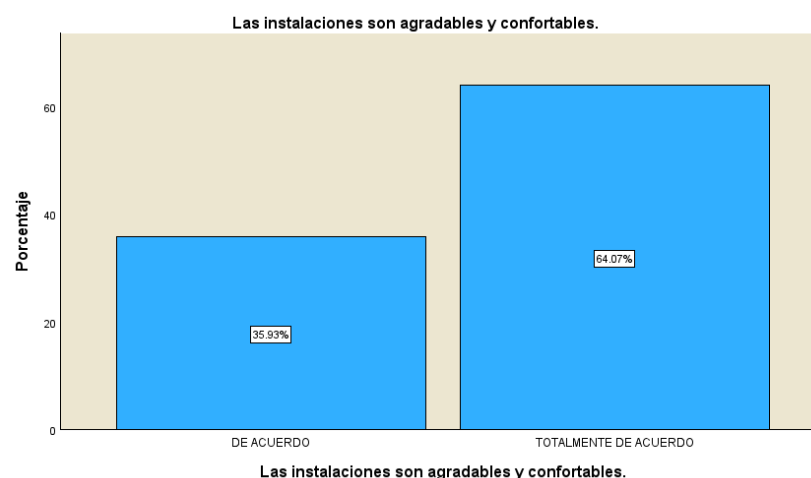
Las instalaciones son agradables y confortables

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	106	35.9
	TOTALMENTE DE ACUERDO	189	64.1
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 4

Las instalaciones son agradables y confortables



Interpretación:

Según la tabla 7, se interpreta lo siguiente: el 64.07% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo y el 35.93% de los clientes está de acuerdo respecto a lo agradables y confortables que son las instalaciones de la pollería Koky's. Los datos recolectados evidencian que la totalidad de los clientes perciben las instalaciones de la Pollería Koky's como agradable y confortables.

Tabla 8

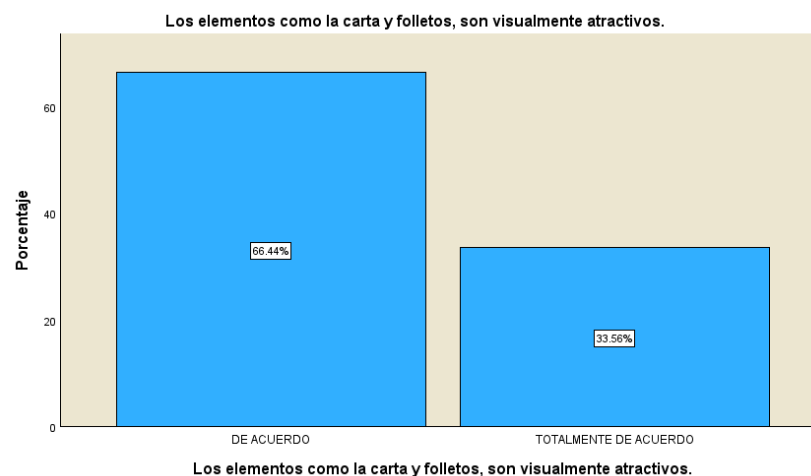
Los elementos como la carta y folletos, son visualmente atractivos.

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	196	66.4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	99	33.6
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 5

Los elementos como la carta y folletos, son visualmente atractivos



Interpretación:

Según la tabla 8, se interpreta lo siguiente: el 66.44% de los clientes encuestados está de acuerdo y el 33.56% está totalmente de acuerdo con la presentación de las cartas y folletos de los platos de la pollería Koky's. Los datos recolectados muestran una valoración positiva de parte de los clientes respecto a lo presentaciones de los folletos y cartas de los platos.

Tabla 9

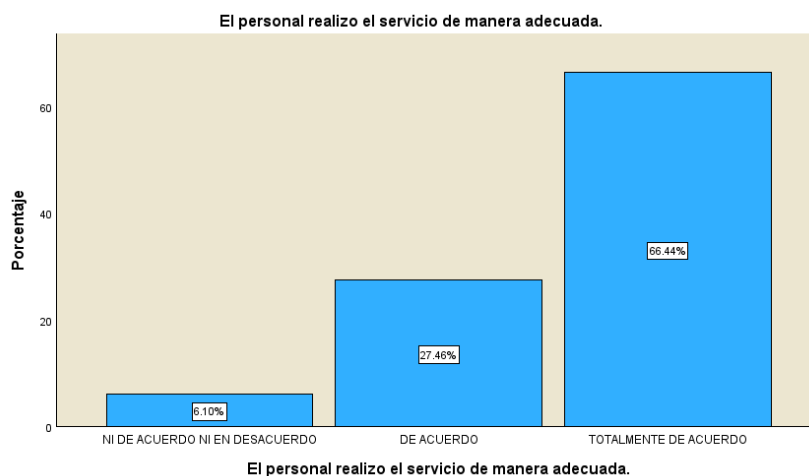
El personal realizo el servicio de manera adecuada

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	18	6.1
	DE ACUERDO	81	27.5
	TOTALMENTE DE ACUERDO	196	66.4
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 6

El tiempo de atención fue adecuado



Interpretación:

Según la tabla 9, se interpreta lo siguiente: el 66.44% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo, el 27.46% se muestra de acuerdo y el 6.10% no se encuentra de acuerdo ni en desacuerdo respecto al servicio que les brindo el personal de la pollería Koky's. Los datos recolectados indican que la mayoría de los clientes valoran positivamente el servicio brindado por el personal, sin embargo, el 6.10% que se mantiene neutral puede señalar una oportunidad de mejora.

Tabla 10

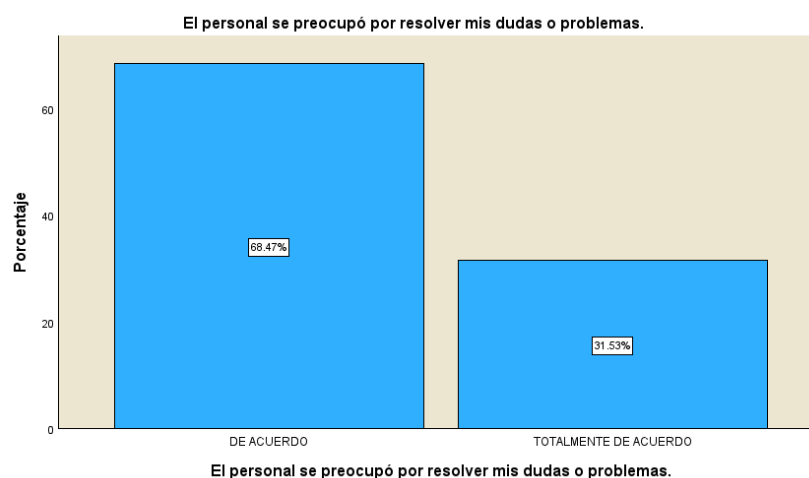
El personal se preocupó por resolver mis dudas o problemas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	202	68.5
	TOTALMENTE DE ACUERDO	93	31.5
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 7

El personal se preocupó por resolver mis dudas o problemas



Interpretación:

Según la tabla 10, se interpreta lo siguiente: el 68.57% de los clientes encuestados está de acuerdo y 31.53% se muestra totalmente de acuerdo respecto a las dudas o problemas que fueron resueltas por el personal. Los datos recolectados indican que el 100% de los clientes perciben de manera positiva la capacidad del personal para resolver dudas o problemas.

Tabla 11

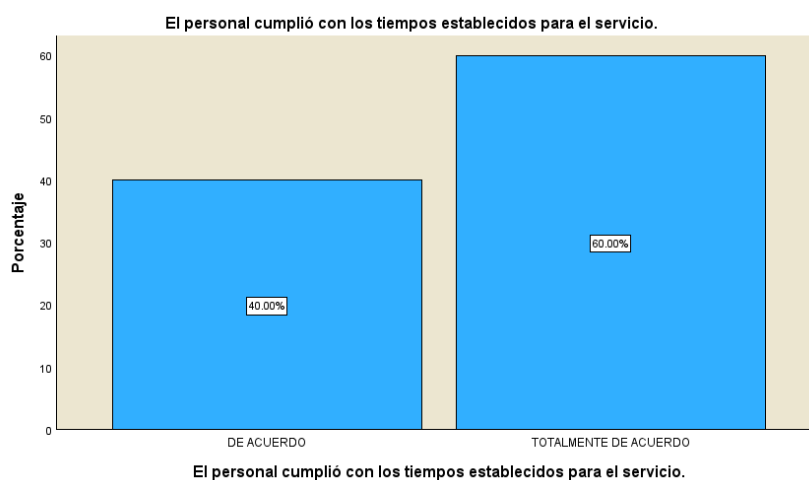
El personal cumplió con los tiempos establecidos para el servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	118	40.0
	TOTALMENTE DE ACUERDO	177	60.0
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 8

El personal cumplió con los tiempos establecidos para el servicio



Interpretación:

Según la tabla 11, se interpreta lo siguiente: el 60% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo, mientras el 40% se muestra de acuerdo respecto a los tiempos de los colaboradores en brindar un servicio. Los datos recolectados indican que los clientes valoran positivamente los tiempos empleados por los colaboradores para brindar el servicio.

Tabla 12

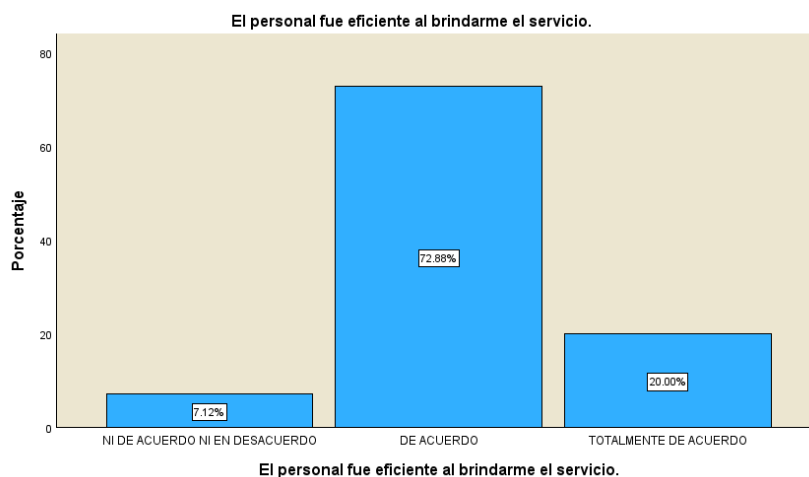
El personal fue eficiente al brindarme el servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	21	7.1
	DE ACUERDO	215	72.9
	TOTALMENTE DE ACUERDO	59	20.0
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 9

El personal fue eficiente al brindarme el servicio



Interpretación:

Según la tabla 12, se interpreta lo siguiente: el 72.88% de los clientes encuestados está de acuerdo, el 20% se muestra totalmente de acuerdo, mientras el 7.12% está no está de acuerdo ni en desacuerdo con la eficiencia del personal al momento de ser atendido. Los datos recolectados reflejan que la gran mayoría de los clientes perciben de manera positiva la eficacia del personal al momento de atender, sin embargo, un 7.12% se mantiene en posición neutral, lo cual indica que este grupo de clientes no tuvieron una experiencia destacada debido a demoras ocasionales en momentos de alta demanda.

Tabla 13

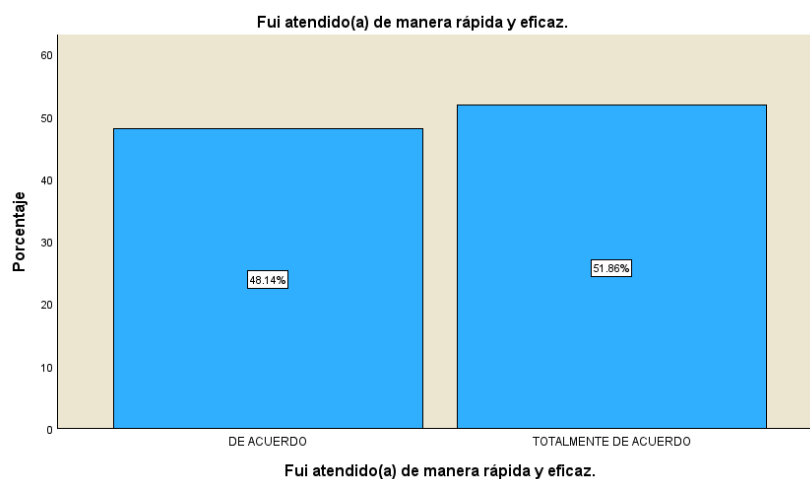
Fui atendido(a) de manera rápida y eficaz

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	142	48.1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	153	51.9
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 10

Fui atendido(a) de manera rápida y eficaz



Interpretación:

Según la tabla 13, se interpreta lo siguiente: el 51.86% de los clientes encuestados está de totalmente acuerdo, mientras el 48.14% se muestra de acuerdo respecto a la rapidez y eficacia del personal al atender a los clientes. Los datos recolectados evidencian que los clientes encuestados valoran de manera positiva la rapidez y eficacia que tiene el personal al momento de atenderlos.

Tabla 14

Se cumplieron los horarios establecidos en el servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	130	44.1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	165	55.9
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 11

Se cumplieron los horarios establecidos en el servicio



Interpretación:

Según la tabla 14, se interpreta lo siguiente: el 55.93% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo, mientras el 44.07% se muestra de acuerdo respecto al cumplimiento de los horarios establecidos en la orden de sus platos. Los datos recolectados demuestran que los clientes encuestados tienen una percepción positiva sobre el cumplimiento de los horarios establecidos en la entrega de las ordenes de los clientes.

Tabla 15

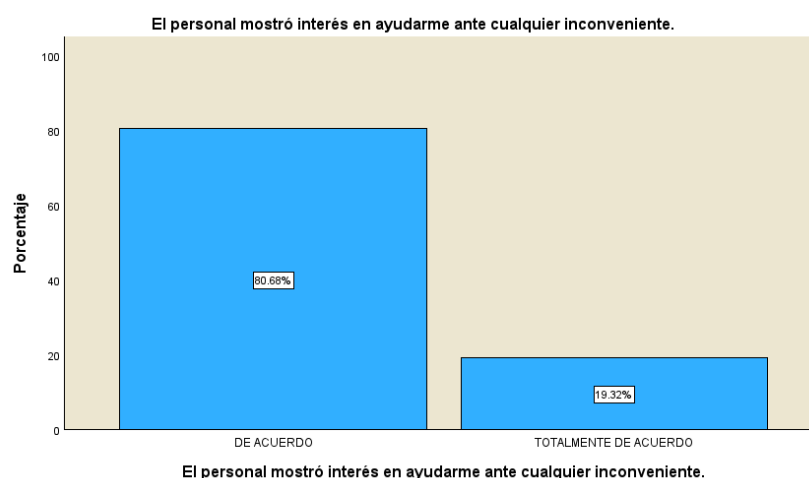
El personal mostró interés en ayudarme ante cualquier inconveniente

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	238	80.7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	57	19.3
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 12

El personal mostró interés en ayudarme ante cualquier inconveniente.



Interpretación:

Según la tabla 15, se interpreta lo siguiente: el 80.68% de los clientes encuestados está de acuerdo, mientras el 19.32% se muestra totalmente de acuerdo respecto al interés que tuvo el personal al momento de resolver un inconveniente o problema. Los datos recolectados demuestran que los clientes encuestados valoran de manera positiva el interés del personal para ayudar a resolver algún inconveniente del cliente.

Tabla 16

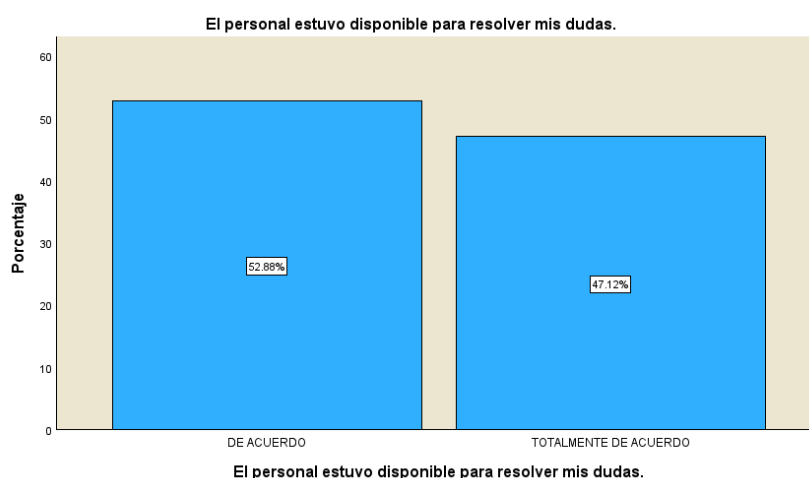
El personal estuvo disponible para resolver mis dudas

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	156	52.9
	TOTALMENTE DE ACUERDO	139	47.1
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 13

El personal estuvo disponible para resolver mis dudas



Interpretación:

Según la tabla 16, se interpreta lo siguiente: el 52.88% de los clientes encuestados está de acuerdo, mientras el 47.12% se muestra totalmente de acuerdo respecto a la disponibilidad del personal para ofrecer su ayuda voluntaria ante cualquier duda o problema del cliente. Los datos recolectados evidencian que los clientes encuestados perciben de manera positiva la disponibilidad del personal para ofrecer ayuda voluntaria ante cualquier duda o problema.

Tabla 17

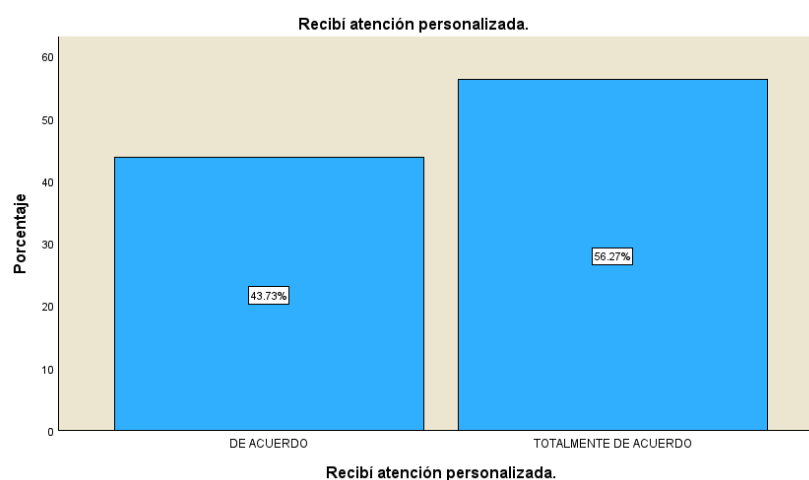
Recibí atención personalizada

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	129	43.7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	166	56.3
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 14

Recibí atención personalizada



Interpretación:

Según la tabla 17, se interpreta lo siguiente: el 56.27% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo, mientras el 43.73% se muestra de acuerdo respecto a la atención personalizada del personal al momento de recibir una orden o pedido del cliente. Los datos recolectados evidencian que los clientes encuestados valoran de forma positiva la capacidad del personal para brindar una atención personalizada.

Tabla 18

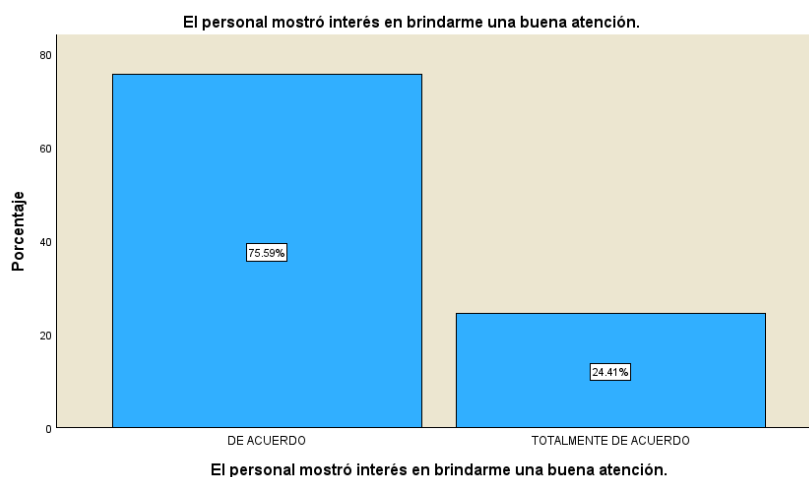
El personal mostró interés en brindarme una buena atención

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	223	75.6
	TOTALMENTE DE ACUERDO	72	24.4
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 15

El personal mostró interés en brindarme una buena atención



Interpretación:

Según la tabla 18, se interpreta lo siguiente: el 75.59% de los clientes encuestados está de acuerdo, mientras el 24.41% se muestra totalmente de acuerdo respecto al interés que tuvo el personal en poder brindar la mejor atención posible a los clientes. Los datos recolectados evidencian que los clientes encuestados valoran de manera positiva el interés del personal por brindar por brindar la mejor atención posible.

Tabla 19

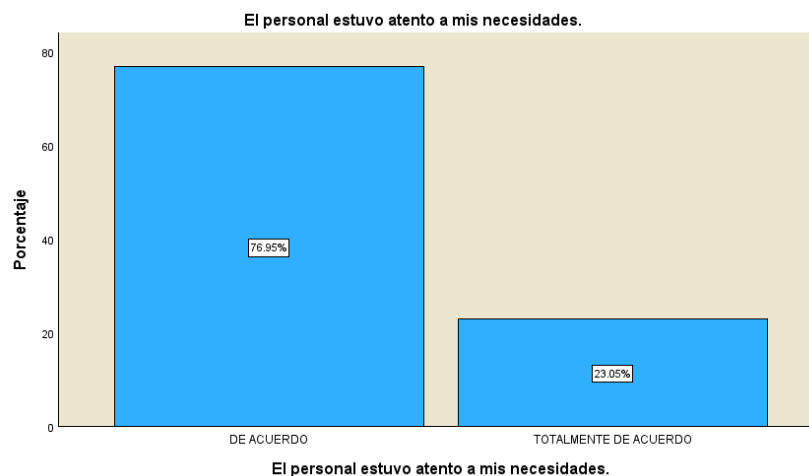
El personal estuvo atento a mis necesidades

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	227	76.9
	TOTALMENTE DE ACUERDO	68	23.1
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 16

El personal estuvo atento a mis necesidades



Interpretación:

Según la tabla 19, se interpreta lo siguiente: el 76.95% de los clientes encuestados está de acuerdo, mientras el 23.05% se muestra totalmente de acuerdo respecto a lo atento que está el personal para atender las necesidades del cliente. Los datos recolectados evidencian que la totalidad de los clientes encuestados perciben de forma positiva el nivel de atención del personal a las necesidades del cliente.

Tabla 20

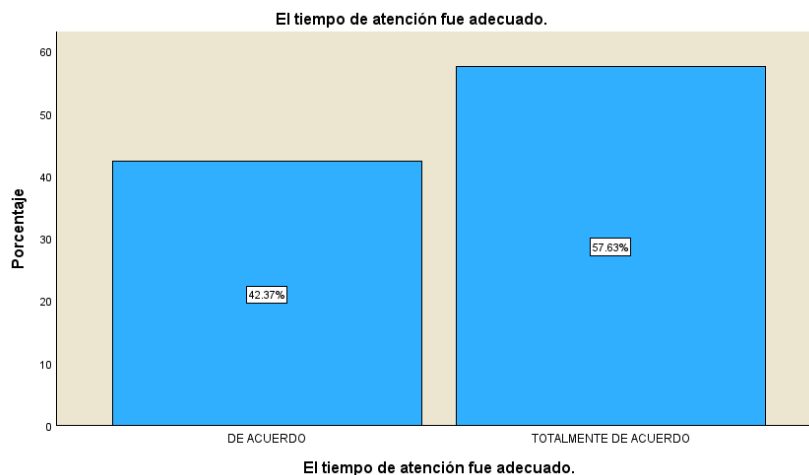
El tiempo de atención fue adecuado

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	125	42.4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	170	57.6
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 17

El tiempo de atención fue adecuado



Interpretación:

Según la tabla 20, se interpreta lo siguiente: el 57.63% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo, mientras el 42.37% se muestra de acuerdo respecto al tiempo de atención que les tomo al personal poder atender a los clientes desde la toma de sus pedidos hasta llevarlos a sus mesas respectivas. Los datos recolectados evidencian que los clientes encuestados valoran de forma positiva el tiempo de atención del personal, desde la toma de pedidos hasta la entrega en las mesas.

Tabla 21

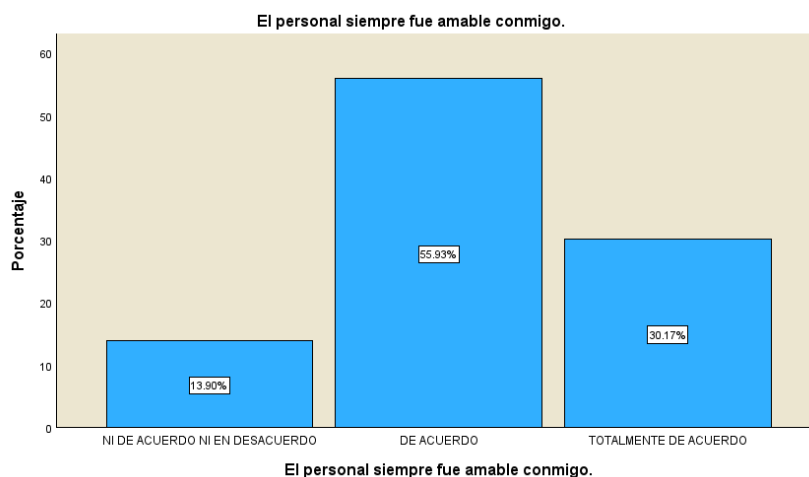
El personal siempre fue amable conmigo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	41	13.9
	DE ACUERDO	165	55.9
	TOTALMENTE DE ACUERDO	89	30.2
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 18

El personal siempre fue amable conmigo



Interpretación:

Según la tabla 21, se interpreta lo siguiente: el 55.93% de los clientes encuestados está de acuerdo, mientras el 30.17% se muestra totalmente de acuerdo y el 13.90% se muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a la amabilidad del personal al momento de recibirlos y durante la atención de sus pedidos. Los datos recolectados indican que la mayoría de los clientes percibe de manera positiva la amabilidad del personal al momento de recibirlos y durante la atención de sus pedidos. Sin embargo, el 13.90% se mantiene en posición neutral, lo que podría interpretarse como una atención adecuada pero no lo suficientemente cálida como para generar una opinión clara.

Tabla 22

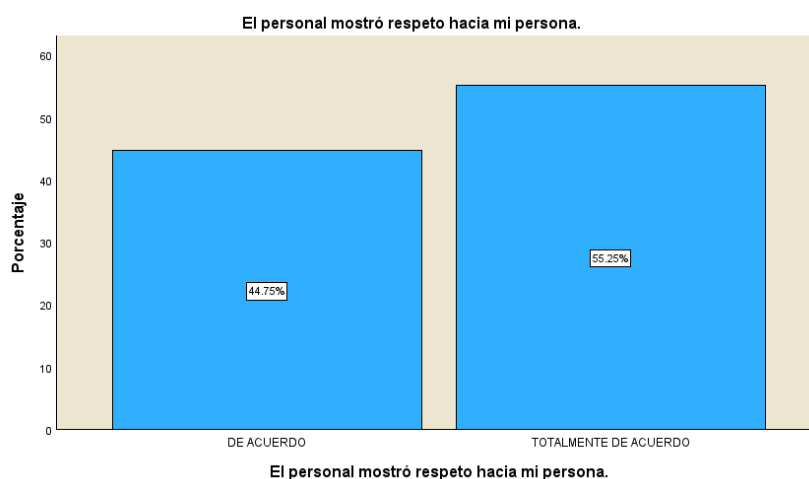
El personal mostró respeto hacia mi persona

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	132	44.7
	TOTALMENTE DE ACUERDO	163	55.3
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 19

El personal mostró respeto hacia mi persona



Interpretación:

Según la tabla 22, se interpreta lo siguiente: el 55.25% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo, mientras el 45.75% se muestra de acuerdo respecto al respeto que tiene el personal con cada cliente de la Pollería Koky's. Los datos recolectados evidencian que los clientes encuestados perciben de manera altamente positiva el respeto que tienen los colaboradores con los clientes de la Pollería Koky's.

Tabla 23

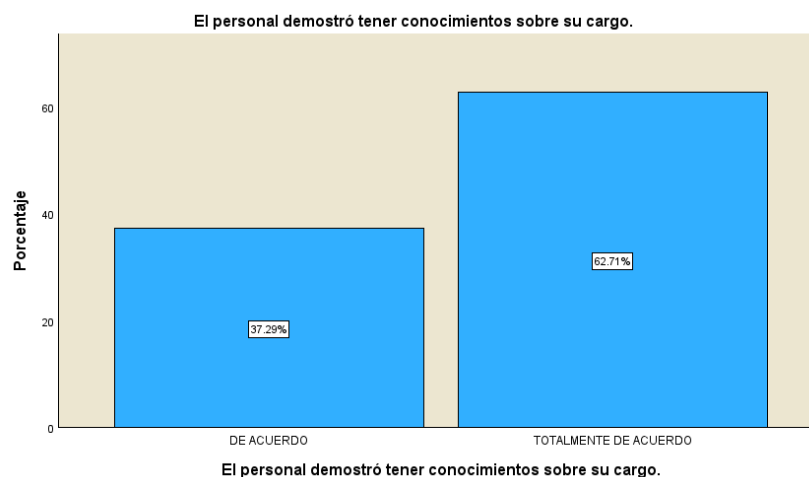
El personal demostró tener conocimientos sobre su cargo

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	110	37.3
	TOTALMENTE DE ACUERDO	185	62.7
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 20

El personal demostró tener conocimientos sobre su cargo



Interpretación:

Según la tabla 23, se interpreta lo siguiente: el 62.71% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo, mientras el 37.29% se muestra de acuerdo respecto al conocimiento del personal respecto a su cargo, lo cual les permite ofrecer una rápida atención. Los datos recolectados evidencian que los clientes valoran positivamente el conocimiento del personal sobre su cargo, lo que se puede traducir en una atención rápida y eficaz.

Tabla 24

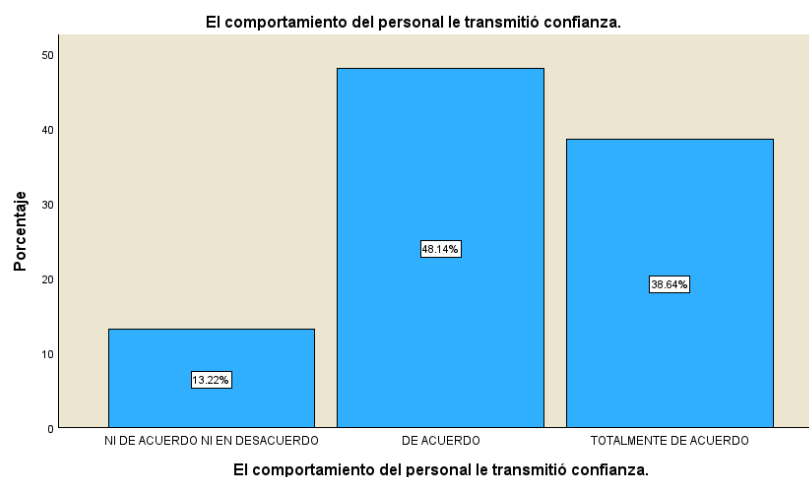
El comportamiento del personal le transmitió confianza

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	39	13.2
	DE ACUERDO	142	48.1
	TOTALMENTE DE ACUERDO	114	38.6
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 21

El comportamiento del personal le transmitió confianza



Interpretación:

Según la tabla 24, se interpreta lo siguiente: el 48.14% de los clientes encuestados de acuerdo, mientras el 38.64% se muestra totalmente de acuerdo y el 13.22% no está de acuerdo ni en desacuerdo respecto a la confianza que transmitió el cliente por su trato amable e interés en brindarle todas las comodidades posibles en beneficio de los clientes. Los datos recolectados indican que la mayoría de los clientes perciben de manera positiva la confianza transmitida por el personal a través de un trato amable, sin embargo, un 13.22% se mantiene neutral, lo que indica que su experiencia no fue tan destacada como generar una percepción clara de confianza.

Tabla 25

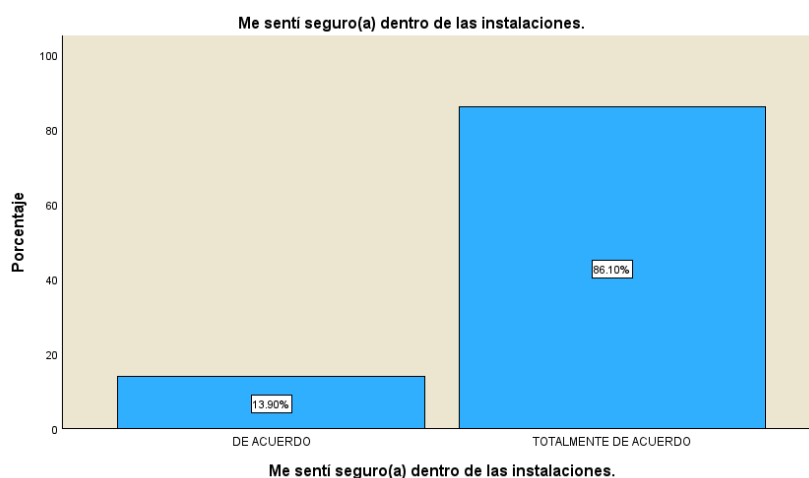
Me sentí seguro(a) dentro de las instalaciones

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	DE ACUERDO	41	13.9
	TOTALMENTE DE ACUERDO	254	86.1
	Total	295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 22

Me sentí seguro(a) dentro de las instalaciones



Interpretación:

Según la tabla 25, se interpreta lo siguiente: el 86.10% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo, mientras el 13.90% se muestra de acuerdo respecto a la seguridad y confianza que sienten los clientes dentro de las instalaciones de la pollería Koky's. Los datos recolectados reflejan que los clientes perciben de manera altamente positiva la seguridad y confianza, este nivel de aprobación refleja que el establecimiento transmite un ambiente seguro.

BAREMACIÓN DE DATOS PARA LA VARIABLE CALIDAD DE SERVICIO Y SUS DIMENSIONES

Tabla 26

Niveles de baremación de la calidad de servicio

Rango	Bajo	Medio	Alto
Calidad de servicio	[22-51]	[52-81]	[82-110]

En la tabla se presenta la baremación de la variable calidad de servicio.

Tabla 27

Puntajes de baremación de la calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	78	8	2.7
	79	3	1.0
	80	6	2.0
	81	20	6.8
	87	2	.7
	88	2	.7
	89	1	.3
	90	35	11.9
	91	33	11.2
	92	3	1.0
	93	5	1.7
	94	7	2.4
	96	4	1.4
	98	3	1.0
	99	49	16.6
	100	15	5.1
	101	6	2.0
	102	4	1.4
	103	17	5.8
	105	4	1.4
	107	9	3.1
	108	59	20.0
Total		295	100.0

Un 16.6 % obtuvo un puntaje de 99 puntos, que es el puntaje con un porcentaje más alto.

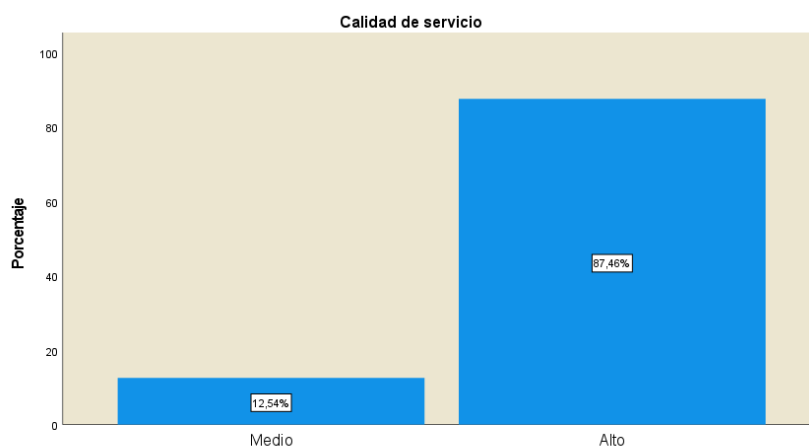
Tabla 28*Calidad de servicio*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	37	12.5
	Alto	258	87.5
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 23

Calidad de servicio



Interpretación:

Según la tabla 28, se interpreta lo siguiente: el 87.5% de los clientes encuestados percibe un nivel alto, mientras el 12.5% percibe un nivel medio respecto a la calidad de servicio ofrecido por el personal de la pollería Koky's. Los datos recolectados evidencian que la totalidad de los clientes encuestados percibe de manera muy positiva la calidad de servicio ofrecida por el personal.

Tabla 29

Niveles de baremación de la dimensión elementos tangibles

Rango	Bajo	Medio	Alto
Elementos tangibles	[5-11]	[12-18]	[19-25]

En la tabla se presenta la baremación de la dimensión elementos tangibles.

Tabla 30

Puntajes de la dimensión de elementos tangibles

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	18	33	11.2
	19	4	1.4
	21	68	23.1
	22	43	14.6

23	81	27.5
24	66	22.4
Total	295	100.0

Un 27.5 % obtuvo un puntaje de 23 puntos, que es el puntaje con un porcentaje más alto.

Tabla 31

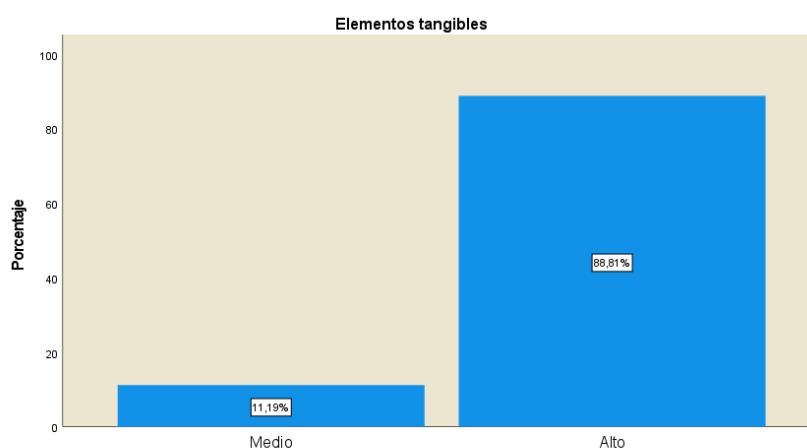
Elementos tangibles

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	33	11.2
	Alto	262	88.8
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 24

Elementos tangibles



Interpretación:

Según la tabla 31, se interpreta lo siguiente: el 88.8% de los clientes encuestados percibe un nivel alto, mientras el 11.2% percibe un nivel medio respecto a la dimensión de los elementos tangibles de la pollería Koky's. Los datos recolectados evidencian que la totalidad de los clientes encuestados tiene una percepción muy positiva de la dimensión de elementos tangibles de la pollería Koky's.

Tabla 32*Niveles de baremación de la dimensión Fiabilidad*

Rango	Bajo	Medio	Alto
Fiabilidad	[4-9]	[10-14]	[15-20]

En la tabla se presenta la baremación de la dimensión fiabilidad.

Tabla 33*Puntajes de la dimensión de fiabilidad*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	14	34	11.5
	15	3	1.0
	16	81	27.5
	17	84	28.5
	18	12	4.1
	19	22	7.5
	20	59	20.0
Total		295	100.0

Un 28.5 % obtuvo un puntaje de 17 puntos, que es el puntaje con un porcentaje más alto.

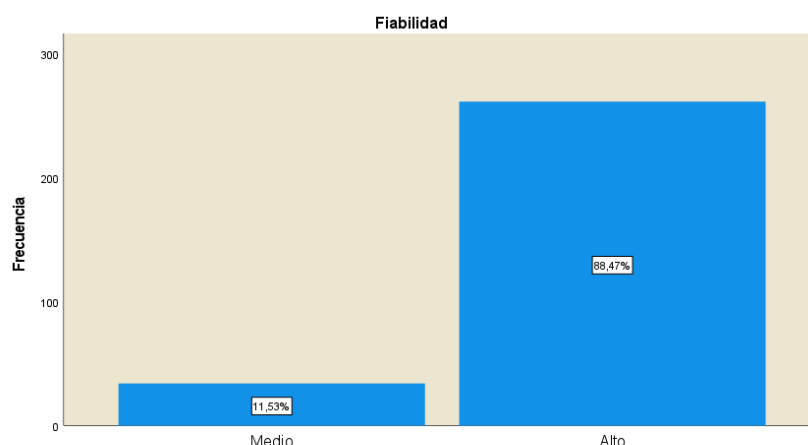
Tabla 34*Fiabilidad*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	34	11.5
	Alto	261	88.5
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 25

Fiabilidad



Interpretación:

Según la tabla 34, se interpreta lo siguiente: el 88.5% de los clientes encuestados percibe un nivel alto, mientras el 11.5% percibe un nivel medio respecto a la dimensión de fiabilidad de la Pollería Koky's. Los datos recolectados evidencian que los clientes encuestados tienen una percepción positiva sobre la dimensión de fiabilidad de la Pollería Koky's.

Tabla 35

Nivel de baremación de la dimensión capacidad de respuesta

Rango	Bajo	Medio	Alto
Capacidad de respuesta	[4-9]	[10-14]	[15-20]

En la tabla se presenta la baremación de la dimensión capacidad de respuesta.

Tabla 36

Puntajes de la baremación de la dimensión capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	14	21	7.1
	15	16	5.4
	16	88	29.8
	17	4	1.4
	18	94	31.9

19	4	1.4
20	68	23.1
Total	295	100.0

Un 31.9 % obtuvo un puntaje de 18 puntos, que es el puntaje con un porcentaje más alto.

Tabla 37

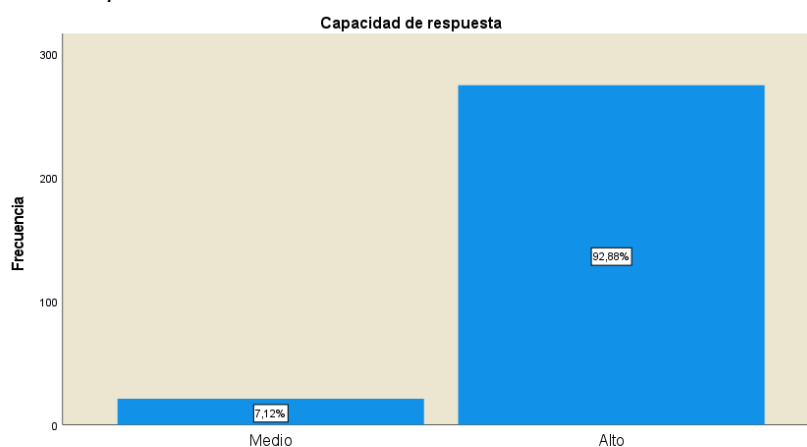
Capacidad de respuesta

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	21	7.1
	Alto	274	92.9
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 26

Capacidad de respuesta



Interpretación:

Según la tabla 37, se interpreta lo siguiente: el 92.9% de los clientes encuestados percibe un nivel alto, mientras el 7.1% percibe un nivel medio respecto a la dimensión de capacidad de respuesta de la pollería Koky's. Los datos recolectados evidencian que casi la totalidad los clientes encuestados valoran de manera positiva la capacidad de respuesta brindada por el personal.

Tabla 38*Nivel de baremación de la dimensión empatía*

Rango	Bajo	Medio	Alto
Empatía	[4-9]	[10-14]	[15-20]

En la tabla se presenta la baremación de la dimensión empatía.

Tabla 39*Puntajes de la baremación de la dimensión empatía*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	14	11	3.7
	16	55	18.7
	17	41	13.9
	18	96	32.5
	19	62	21.0
	20	30	10.2
Total		295	100.0

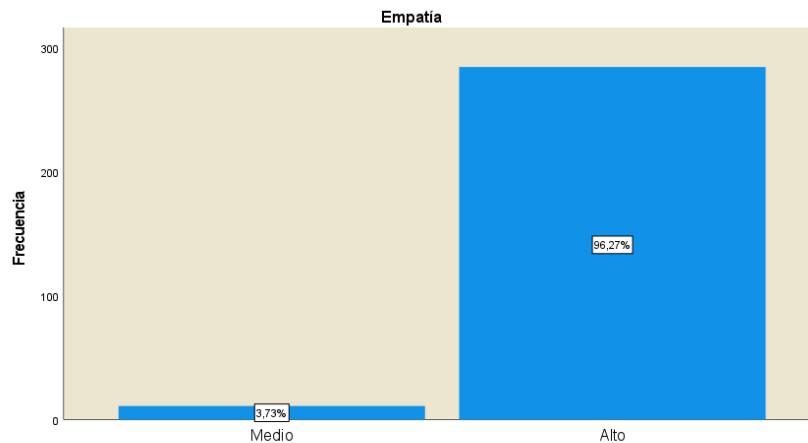
Un 32.4 % obtuvo un puntaje de 18 puntos, que es el puntaje con un porcentaje más alto.

Tabla 40*Empatía*

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	11	3.7
	Alto	284	96.3
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 27 Empatía



Interpretación:

Según la tabla 40, se interpreta lo siguiente: el 96.3% de los clientes encuestados percibe un nivel alto, mientras el 3.7% percibe un nivel medio respecto a la dimensión empatía. Los datos recolectados evidencian que la dimensión empatía es percibida de manera muy positiva por la totalidad de los clientes encuestados.

Tabla 41

Nivel de baremación de la dimensión seguridad

Rango	Bajo	Medio	Alto
Seguridad	[5-11]	[12-18]	[19-25]

En la tabla se presenta la baremación de la dimensión seguridad.

Tabla 42

Puntajes de la baremación de la dimensión seguridad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	18	39	13.2
	19	2	.7
	21	69	23.4
	22	22	7.5
	23	49	16.6
	24	25	8.5
	25	89	30.2
Total		295	100.0

Un 30.2 % obtuvo un puntaje de 25 puntos, que es el puntaje con un porcentaje más alto.

Tabla 43

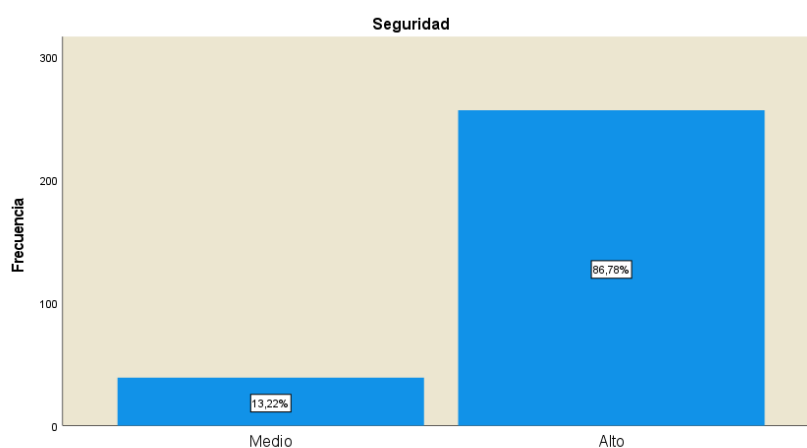
Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	Medio	39	13.2
	Alto	256	86.8
Total		295	100.0

Fuente: Encuesta, pollería Koky's 2025

Gráfico 28

Seguridad



Interpretación:

Según la tabla 43, se interpreta lo siguiente: el 86.8% de los clientes encuestados percibe un nivel alto, mientras el 13.2% percibe un nivel medio respecto a la dimensión de seguridad. Los datos recolectados evidencian que la dimensión seguridad es percibida de manera altamente positiva por la totalidad de los clientes encuestados.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. CONTRASTACIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo con el objetivo general de analizar el nivel de calidad en la Pollería chifa restaurant Koky's, Huánuco – 2025, los resultados obtenidos revelan los siguientes datos. Según la tabla 23 el 62.71% de los clientes encuestados consideran que están totalmente de acuerdo con los conocimientos y la capacidad del personal para realizar sus actividades. Por otro lado, en la tabla 13 el 51.9% de los clientes encuestados consideran que están totalmente de acuerdo con la rapidez y eficacia que tiene el personal para atender. Estos hallazgos se pueden contrastar con la investigación desarrollada por Larico (2022), quien concluye que la calidad de servicio que brinda los restaurantes en Cañete es muy deficiente partiendo desde una capacidad muy baja por parte del personal para brindar una buena atención de principio a fin, el autor evidencia que es indispensable brindar capacitaciones especializadas según la función que el personal empleara.

De acuerdo al objetivo específico 1, Analizar el nivel de fiabilidad que brinda la Pollería Chifa Restaurant Koky's, Huánuco – 2025, los resultados obtenidos en la tabla 10 el 68.5% de los clientes encuestados está de acuerdo con el interés que tiene el personal en resolver dudas o problemas del cliente, también se observa en la tabla 11 que el 60 % de los clientes está totalmente de acuerdo con los tiempos que le tomo al personal en atender a los clientes. Estos resultados se pueden contrastar con la investigación desarrollada por Cariga et al., (2025) donde concluyó respecto a la dimensión de fiabilidad, que los clientes comentan que los pedidos se entregan con precisión y dentro de los tiempos establecidos, lo que mejora la confianza del cliente en la cafetería.

De acuerdo al objetivo específico 2, Analizar el nivel de capacidad de respuesta que brinda la Pollería Chifa Restaurant Koky's, Huánuco – 2025, según los resultados obtenidos en la tabla 15 el 80.7% de los clientes encuestados está de acuerdo con el interés de los colaboradores en ofrecer su ayuda, también se observa en la tabla 16 que el 52.9% de los clientes es de acuerdo con la disponibilidad de lo colaboradores para resolver cualquier

duda. Estos resultados se pueden contrastar con la investigación desarrollada por Espinoza (2020) quien concluye que la capacidad de respuesta es eficaz en la satisfacción del cliente del restaurante Casa Portales & Suchi, siendo la atención oportuna del personal ante las inquietudes del cliente la que mayor valor aporta a la calidad de servicio, mientras que el tiempo de espera representa un menor impacto en la calidad de servicio.

De acuerdo al objetivo específico 3, Analizar el nivel de seguridad que brinda la Pollería Chifa Restaurant Koky's, Huánuco – 2025, según los resultados adquiridos en la tabla 24 el 48.1% de los clientes encuestados está de acuerdo con el comportamiento del personal, ya que les transmitió confianza. Este resultado se puede contrastar con la investigación desarrollada por Márquez et al., (2021) donde concluye que El comportamiento oportuno de los empleados genera confianza a los clientes, el cual alcanza una frecuencia de 82, esto indica que los clientes se muestran satisfechos respecto a este indicador.

De acuerdo al objetivo específico 4, Analizar el nivel de empatía que brinda la Pollería Chifa Restaurant Koky's, Huánuco – 2025, según los resultados obtenidos en la tabla 20 el 57.6% de los clientes encuestados se muestra de acuerdo respecto al tiempo de espera para ser atendidos. Este resultado se puede contrastar con la investigación desarrollada por Nicholson (2021) donde concluye que los clientes se encuentran conformes respecto al tiempo de espera para la entrega del producto en el restaurante KFC.

De acuerdo al objetivo específico 5, Analizar el nivel de elementos tangibles que brinda la Pollería Chifa Restaurant Koky's, Huánuco – 2025, según los resultados obtenidos en la tabla 5 el 72.5% de los clientes encuestados está de acuerdo con la infraestructura de las instalaciones pues se encuentran en óptimas condiciones. También se observa en la tabla 6 que el 88.8% de los clientes está totalmente de acuerdo con la apariencia aseada y presentable de los colaboradores. Estos resultados se pueden contrastar con la investigación desarrollada por Palacios (2020) donde concluye que la mayoría de los clientes tienen una apreciación positiva de los indicadores apariencia del mobiliario, consideran fascinantes las instalaciones físicas, los

empleados tienen una presencia aseada y la apariencia del establecimiento está acorde con el servicio que ofrece.

CONCLUSIONES

1. De acuerdo al objetivo general del estudio. Se puede evidenciar en la tabla 28 que el nivel de calidad de servicio brindada por el personal del Restaurant Pollería Koky's, Huánuco 2025, alcanza un nivel alto, dado que en la tabla 20 el 57.6% de los encuestados está totalmente de acuerdo respecto al tiempo de atención del personal de inicio a fin y en la tabla 23 el 62.7% de los clientes encuestados también está totalmente de acuerdo respecto al conocimiento y capacidad del personal para ofrecer un servicio adecuado. Este nivel de aprobación total refleja que la Pollería Koky's cuenta con un equipo altamente valorado por su desempeño y que la atención ofrecida cumple con las expectativas de los clientes, reforzando de manera favorable la imagen de la Pollería respecto a su servicio.
2. De acuerdo con el objetivo específico 1. Se puede evidenciar en la tabla 34 que el nivel de fiabilidad brindada por el personal del Restaurant Pollería Koky's, Huánuco 2025, alcanza un nivel alto, dado que en la tabla 11 el 60% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo respecto a los tiempos empleados por el personal para brindar el servicio y en la tabla 12 el 72.9% de los encuestados está de acuerdo respecto a la eficiencia del personal para brindar y servicio confiable y preciso. Esto significa que los clientes perciben que el restaurante cumple con lo que promete, entrega los pedidos de forma correcta y en el tiempo establecido, y mantiene un estándar de calidad constante en sus servicios. El alto nivel de aprobación, indica un alto grado de satisfacción y confianza en la marca.
3. De acuerdo con el objetivo específico 2. Se puede evidenciar en la tabla 37 que el nivel de capacidad de respuesta brindada por el personal del Restaurant Pollería Koky's, Huánuco 2025, alcanza un nivel alto, dado que en la tabla 13 el 51.9% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo respecto a la eficacia y agilidad del personal al momento de atenderlos y en la tabla 15 el 80.7% de los clientes encuestados está de acuerdo respecto a la disposición que tiene el personal para ayudar a resolver algún requerimiento del cliente. Asimismo, este

aspecto resulta fundamental para la experiencia del cliente, ya que la rapidez y disposición del personal no solo contribuyen a la calidad del servicio, sino que también fortalecen la relación con los consumidores y fomentan su fidelización.

4. De acuerdo con el objetivo específico 3, Se puede evidenciar en la tabla 43 que el nivel de seguridad brindada por el personal del Restaurant Pollería Koky's, Huánuco 2025, alcanza un nivel alto, dado que en la tabla 23 el 62.7% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo respecto al conocimiento del personal sobre su cargo y en la tabla 25 el 86.1% de los encuestados también está totalmente de acuerdo respecto al ambiente seguro del establecimiento. Este alto nivel de satisfacción refleja una sólida confianza hacia el servicio, respaldada por la efectividad del personal y las condiciones seguras del establecimiento. Dicho desempeño constituye una fortaleza para la pollería chifa restaurant Koky's, ya que permite fortalecer la satisfacción del cliente ya que la seguridad es un factor no menos importante en la elección del cliente.
5. De acuerdo con el objetivo específico 4, Se puede evidenciar en la tabla 40 que el nivel de empatía brindada por el personal del Restaurant Pollería Koky's, Huánuco 2025, alcanza un nivel alto, dado que en la tabla 17 el 56.3% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo respecto a la capacidad del personal para brindar una atención personalizada y en la tabla 18 el 75.6% de los clientes encuestados está de acuerdo respecto al interés del personal por brindar una buena atención. Esta percepción positiva evidencia que los clientes no solo reciben un servicio funcional, sino también que el personal ofrece un trato cercano y cordial que les hace sentir reconocidos y satisfechos en sus requerimientos.
6. De acuerdo con el objetivo específico 5, Se puede evidenciar en la tabla 31 que el nivel de elementos tangibles en el Restaurant Pollería Koky's, Huánuco 2025, alcanza un nivel alto, dado que en la tabla 5 el 72.5% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo respecto a las condiciones adecuadas de las instalaciones y en la tabla 7 el 64.1% de los clientes encuestados está totalmente de acuerdo respecto a lo

agradable y confortable que son las instalaciones. Esto indica que los aspectos físicos visibles del negocio, como la infraestructura, el mobiliario, la decoración, el equipamiento y la presentación general, cumplen con las expectativas de los clientes, generando una imagen favorable del establecimiento.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda al gerente del Restaurant Pollería Koky's que mantenga el nivel de calidad de servicio alcanzado, mediante programas continuos de capacitación en atención al cliente y manejo de procesos de servicio. Asimismo, sería conveniente implementar mecanismos de retroalimentación permanente, como encuestas post-servicio, que permitan identificar oportunidades de mejora y asegurar que la atención siga cumpliendo y superando las expectativas de los clientes, fortaleciendo así la imagen positiva del establecimiento.
- Se recomienda al gerente del Restaurant Pollería Koky's mantener y reforzar el nivel de fiabilidad en el servicio, fomentando el trabajo en equipo y una comunicación activa, que aseguren la precisión en los pedidos y el cumplimiento de los tiempos establecidos. Asimismo, sería beneficioso establecer indicadores de desempeño para monitorear la eficiencia del personal y promover la mejora continua, de modo que se garantice la satisfacción y confianza de los clientes, consolidando así la fidelización hacia la marca.
- Se recomienda al gerente del Restaurant Pollería Koky's mantener el mismo énfasis respecto a la capacidad de respuesta del personal, ya que la rapidez en el servicio y disponibilidad del personal para resolver cualquier duda es considerada de manera positiva por parte de los clientes. Para ayudar a mantener este aspecto se pueden realizar feedback con los trabajadores ya que ellos realmente son los que saben si algunos procesos siguen siendo viables o no. De esta manera se podrá seguir fortaleciendo la confianza y fidelización de los clientes a largo plazo.
- Se recomienda al gerente del Restaurant Pollería Koky's continuar con las buenas prácticas relacionadas con la seguridad. Asimismo, sería conveniente implementar capacitaciones para el personal en temas de seguridad y manejo de emergencias, a fin de mantener la confianza de los clientes y asegurar que este factor continúe siendo una fortaleza diferencial en la elección del restaurante.

- Se recomienda al gerente del Restaurant Pollería Koky's que mantenga el nivel de empatía en el servicio. Una forma ideal de mantener estas buenas prácticas sería establecer incentivos de reconocimiento al personal que destaque por su trato cordial y atención personalizada, con el fin de motivar la continuidad de estas prácticas y garantizar que los clientes se sigan sintiendo valorados y satisfechos en cada interacción.
- Se sugiere al gerente del Restaurant Pollería Koky's mantener el ambiente limpio y ordenado de las instalaciones, ya que los clientes lo valoran de manera muy positiva, por lo tanto, deben seguir manteniendo estas expectativas o buscar mejorarlos implementando ideas novedosas de presentación referentes a días festivos, ya que hoy en día los clientes se vuelven cada vez mas exigentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cabrera, A. (2020). Estudio de la percepción de la calidad del servicio en los restaurantes ubicados en el sector circundante a un polo universitario de Quito, mediante el modelo SERVPERF.
- Cáriga, N., Callan, R., López, J., Morillo, I., Rivera, C., & Sánchez, J. (2025). Análisis de la calidad del servicio en el sector cafetería en el Perú. *Revista Invecom*, 5(4).
- Chen, Y., Spohrer, J., & Lelescu, A. (2008). *Three Factors to Sustainable Service System Excellence: A Case Study of Service Systems*. IEEE.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-58.
- Espinoza, S. (2020). Efectividad de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del restaurante Casa Portales & Sushi Huánuco EIRL, en tiempos de Covid - 19, Huánuco, 2020.
- Ferraz, J., Kupfer, D., & Haguenauer, L. (1996). Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria.
- Hernández-Sampieri, & Mendoza. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. MCGRAW HILL.
- Ibarra, I., & Casas, E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y administración*, 60(1), 229-260.
- José, R. (2013). Productos de valor agregado.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing: edición para Latinoamérica*. Pearson Educacion de Mexico.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Marketing: an introduction*. Pearson Educación.

- Lara, L. (2003). Satisfacción del cliente.
- Larico, B. (2022). Calidad del servicio en restaurantes de Cañete - Perú. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(Especial 7), 556-571. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890693>
- López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario* (Primera ed.). Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S.A.
- Martínez, M. (2004). Los grupos focales de discusión como método de investigación. *Heterotopía*, 26, 59-72.
- Márquez-Ortiz, L. E., Useche-Castro, L. M., Alcívar-Delgado, S. G., & Vaca-Chávez, G. G. (2023). Calidad del servicio y satisfacción del cliente en restaurantes del terminal Portoviejo. *Ingeniería Industrial*.
- Nicholson, L. (2021). Análisis de la calidad del servicio y su relación con el nivel de satisfacción del cliente en el restaurante de comida rápida KFC, Panamá, 2021.
- Palacios, D. (2014). Evaluación de la calidad del servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó.
- Palacios, R. (2022). Percepción de calidad de servicio en la empresa "no té, con té", Huánuco 2022.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12.
- Paz, R. (2005). *La comunicacion y la calidad del servicio en la atencion al cliente*. Vigo, España: RP Couso.
- Pizzo, M. (2013). Plan de mejoramiento en la calidad del servicio al cliente, inmediato y simple.
- Pozo, C. (2008). *Evaluación de la calidad de servicio*. Salvador: Ersa.
- Ramos, E., Mogollón, F., Santur, L., & Cherre, I. (2020). El modelo Servperf como una herramienta de evaluacion de la calidad de servicio en una empresa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 417-423.

Stefano, N., Zattar, I., & Filho, N. (2020). Assessment of service quality in the hotel industry: use of fuzzy hybrid methodologies. *Revista de Administração da UFSM*, 13(1), 40-57.

Thompson, I. (2005). La satisfacción del cliente. *Rev Med (Bolivia)*, 6,31.

Torres, M., & Vásquez., C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: Caracterizacion y análisis. *Revista Científica Compendium*, 18(35).

Tschohl, J., & Soriano, C. (2001). *Servicio al cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. Guatemala.

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Gabriel Laurencio, A. (2025). *Calidad de servicio de la pollería chifa restaurant “Kokys” Huánuco, 2025* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

ANEXO 1

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA
CALIDAD DE SERVICIO DE LA POLLERÍA CHIFA RESTAURANT KOKY'S HUÁNUCO - 2025	PROBLEMA GENERAL: ¿Cuál es el nivel de calidad de servicio en la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco - 2025?	OBJETIVOS GENERALES: Analizar el nivel de calidad de servicio en la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco – 2025.	VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO	TIPO: Aplicada
			-Fiabilidad -Capacidad de respuesta -Seguridad -Empatía -Elementos tangibles	ENFOQUE: Cuantitativo
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS: -¿Cuál es el nivel de fiabilidad que brinda la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco - 2025?	OBJETIVOS ESPECÍFICOS: -Analizar el nivel de fiabilidad que brinda la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco – 2025		NIVEL: Descriptivo
	-¿Cuál es el nivel de capacidad de respuesta en la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco - 2025?	-Analizar el nivel de capacidad de respuesta en la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco – 2025		DISEÑO: No experimental
	-¿Cuál es el nivel de seguridad que brinda la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco - 2025?	-Analizar el nivel de seguridad que brinda la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco – 2025		POBLACIÓN Y MUESTRA
	-¿Cuál es el nivel de empatía que en la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco - 2025?	-Analizar el nivel de empatía en la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco – 2025		-Población: 1280 clientes -Muestra: 295 clientes
	-¿Cuál es el nivel de los elementos tangibles en la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco - 2025?	-Analizar el nivel de elementos tangibles en la Pollería Chifa Restaurant Koky's Huánuco - 2025		TEORIA DE INSTRUMENTOS: -Técnica: Encuesta -Instrumento: Cuestionarios

ANEXO 2

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos tangibles	Equipos modernos	El local cuenta con equipamiento moderno e innovador.	1 Totalmente en desacuerdo.
		Instalación optimas y limpias	Las instalaciones se encuentran en óptimas condiciones y están limpias.	
		Personal uniformado	El personal tiene una apariencia aseada y presentable.	
		Instalaciones confortables	Las instalaciones son agradables y confortables.	
		Cartas y folletos	Los elementos como la carta y folletos, son visualmente atractivos.	
	Fiabilidad	Cumplimiento con el servicio	El personal cumplió con lo que prometió en el servicio.	2 En desacuerdo
		Interés en resolver problemas	El personal se preocupó por resolver mis dudas o problemas.	
		Cumplimiento con el tiempo	El personal cumplió con los tiempos establecidos para el servicio.	
		Claridad en el servicio	El personal fue eficiente al brindarme el servicio.	
	Capacidad de respuesta	Servicio rápido	Fui atendido(a) de manera rápida y eficaz.	3 Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
		Horario establecido	Se cumplieron los horarios establecidos en el servicio.	
		Ofrecer ayuda	El personal mostró interés en ayudarme ante cualquier inconveniente.	
	Empatía	Disponibilidad	El personal estuvo disponible para resolver mis dudas.	4 De acuerdo
		Atención personalizada	Recibí atención personalizada.	
		Preocupación por una buena atención	El personal mostró interés en brindarme una buena atención.	
		Comprensión de las necesidades del cliente	El personal estuvo atento a mis necesidades.	
	Seguridad	Tiempo de atención del personal	El tiempo de atención fue adecuado.	5 Totalmente de acuerdo
		Amabilidad del personal	El personal siempre fue amable conmigo.	
		Respeto	El personal mostró respeto hacia mi persona.	
		Capacitación del personal	El personal demostró tener conocimientos sobre su cargo.	
		Confianza	El comportamiento del personal le transmitió confianza.	
		Seguridad en las instalaciones	Me sentí seguro(a) dentro de las instalaciones.	

ANEXO 3

INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN



UDH
UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

Cuestionario

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta dirigida a los clientes de la Pollería Chifa Restaurant Kokys

Instrucciones: Marque con un aspa (X) según corresponda en cada ítem, no existen respuestas buenas ni malas, debe contestar todas las preguntas, según la siguiente escala:

RESPUESTAS	PUNTAJE
Totalmente en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

ITEMS	1	2	3	4	5
El local cuenta con equipamiento moderno e innovador.					
Las instalaciones se encuentran en óptimas condiciones y están limpias.					
El personal tiene una apariencia aseada y presentable.					
Las instalaciones son agradables y confortables.					
Los elementos como la carta y folletos, son visualmente atractivos.					

El personal cumplió con lo que prometió en el servicio.					
El personal se preocupó por resolver mis dudas o problemas.					
El personal cumplió con los tiempos establecidos para el servicio.					
El personal fue eficiente al brindarme el servicio.					
Fui atendido(a) de manera rápida y eficaz.					
Se cumplieron los horarios establecidos en el servicio.					
El personal mostró interés en ayudarme ante cualquier inconveniente.					
El personal estuvo disponible para resolver mis dudas.					
Recibí atención personalizada.					
El personal mostró interés en brindarme una buena atención.					
El personal estuvo atento a mis necesidades.					
El tiempo de atención fue adecuado.					
El personal siempre fue amable conmigo.					
El personal mostró respeto hacia mi persona.					
El personal demostró tener conocimientos sobre su cargo.					
El comportamiento del personal le transmitió confianza.					
Me sentí seguro(a) dentro de las instalaciones.					

Gracias por su colaboración.

ANEXO 4

CONSENTIMIENTO INFORMADO

AUTORIZACION DE EJECUCION DE PROYECTO DE INVESTIGACION

EL QUE SUSCRIBE EL SEÑOR:

KOKY JHONNY GONZALES HUAMALI

AUTORIZA:

Al licenciado **Andoni Gabriel Laurencio** la ejecución del proyecto de investigación titulado
“**CALIDAD DE SERVICIO DE LA POLLERIA CHIFA RESTAURANT KOKYS**”

El cual se llevará acabo los meses de abril, mayo y junio.

Se expide la presente Autorización a solicitud de la interesada, a los 5 días del mes de abril de 2025.

Huánuco, 5 de abril del 2025



Koky Jhonny Gonzales Huamali

ANEXO 5

FOTOS ENCUESTAS

