

# Ambiente laboral y su relación con la calidad de servicios en los restaurantes del distrito de Miraflores, Lima-Perú

*Labor environment and its relationship with the quality of services in the district restaurants of Miraflores, Lima-Peru*

---

<sup>1</sup>Yrene C. Uribe Hernández<sup>a</sup>, <sup>1</sup>Esteban V. Horna Bances<sup>b</sup>,  
<sup>1</sup>Stalein J. Tamara Tamariz<sup>c</sup> y <sup>1</sup>F. Fernando Ochoa Paredes<sup>d</sup>

---

Recibido, abril 2018  
Aceptado, julio 2018

## RESUMEN

Con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción en los restaurantes en el distrito de Miraflores y la relación entre satisfacción del cliente y el ambiente laboral, se llevó a cabo el presente estudio. Para lo cual se encuestaron 150 clientes internos (empleados) y externos (comensales). Los datos se colectaron mediante sendas encuestas y se procesaron usando el método de regresión logística.

El resultado más saltante fue el alto nivel de satisfacción mostrado tanto por los clientes internos (empleados) como los externos (comensales) y el que la satisfacción del cliente interno tiene relación directa significativa con la satisfacción del cliente externo

**Palabras clave:** Ambiente laboral, calidad de servicios, satisfacción del cliente

<sup>1</sup>Universidad Le Cordon Bleu  
<sup>a</sup> Lic. contabilidad  
<sup>b</sup> Biólogo-microbiólogo  
<sup>c</sup> Lic. En estadística  
<sup>d</sup> Lic. Administración

**ABSTRACT**

*To determine the level of satisfaction in restaurants of Miraflores city and the relationship between customers satisfaction and the the working environment this study was done. 150 restaurant workers and 150 consumers were surveyed. Data were collected and processed using logistic regression technique.*

*The most outstanding result was the high level of satisfaction shown by both the internal and the external clients and the statistically significative relationship between the satusfaction level of workers with customers*

**Keywords:** *Environmental workplace, Service quality, Customer`s satisfaction*

**INTRODUCCIÓN**

La Universidad Le Cordon Bleu (ULCB), bajo la forma de Sociedad Anónima Cerrada, fue fundada y promovida bajo la administración del Consejo Nacional para la Autorización y funcionamiento de Universidades (CONAFU), con fecha 04 de mayo de 2009 emitió la Resolución N° 220-2009-CONAFU que autorizó el funcionamiento de la Universidad Le Cordon Bleu, para brindar servicios educativos de nivel universitario, mediante las carreras profesionales de Administración de Negocios Turísticos y Hoteleros; Gastronomía y Arte Culinario; Industrias Alimentarias; y Nutrición, Salud y Técnicas Alimentarias.

Uno de los aspectos importantes a desarrollar son investigaciones que permitan saber las características del desenvolvimiento y factores que influyen en el desarrollo de las empresas gastronómicas localizadas en su área de influencia, para finalmente apoyarlas en la elaboración de planes de mejora respectivos.

Dentro de estos factores son indudablemente de importancia el ambiente laboral reinante en la empresa y la calidad de los servicios, así como la relación que puede existir entre ellas.

Es necesario remarcar la importancia de que

el accionar futuro de la Universidad Le Cordon Bleu (ULCB) se realice considerando el nivel de satisfacción que tengan sus usuarios externos, particularmente empresarios en negocios relacionados con las carreras que brinda la institución.

La ULCB inició sus actividades en el distrito de Miraflores, considerado como el principal distrito turístico del Perú y posee una amplia gama de empresas de servicios gastronómicos con los que están vinculados las carreras que oferta la ULCB.

Los resultados serán de suma utilidad para que la ULCB cumpla con sus funciones y se convierta en la institución proveedora de soluciones científicas y tecnológicas de impacto para su zona de influencia.

Por estas consideraciones se planteó el presente estudio con la finalidad de determinar las características relacionadas con el ambiente laboral de los restaurantes de Miraflores y su relación con la calidad del servicio de los restaurantes de Miraflores.

**MATERIALES Y MÉTODOS**

El estudio realizado fue de tipo descriptivo y correlacional y la investigación fue

cuantitativa y descriptiva en su diseño. La Población estuvo comprendida por los trabajadores y clientes de restaurantes del distrito de Miraflores.

La muestra para el caso de los restaurantes fue 150 trabajadores y la muestra de los clientes fue de 150 personas que asistieron a los restaurantes de Miraflores escogidos.

Los datos se colectaron mediante sendas encuestas y se procesaron usando el método de regresión logística

## RESULTADOS

### Trabajadores de Restaurantes de Miraflores estudiados

DATOS GENERALES. En su mayoría los trabajadores encuestados fueron mujeres; por otro lado, fueron en su mayoría jóvenes, con un porcentaje de 67,3 % en un rango

de 21 a 32 años; asimismo, el 66% tenía estudios secundarios; en cuanto a su procedencia, un 67% nació en los distritos de Lima Metropolitana y 21%, el mayor porcentaje, reside en el mismo distrito donde trabaja.

SATISFACCION LABORAL. En este aspecto ha sido notable el alto grado de satisfacción manifestado por los encuestados, pues con la excepción de la satisfacción que sienten al ver la repercusión de un trabajo en la marcha de la empresa (46,7%), han mostrado sentirse satisfechos ante los otros aspectos como el de trabajar en la empresa en que se encuentran ahora, a la respuesta que tienen ante los desafíos que el trabajo les demanda, el tiempo que les toma llegar a su centro de trabajo y la zona donde se encuentra ubicada la empresa, con porcentajes entre 46,7 y 96%. (Tabla 1)

**TABLA 1 : Nivel de satisfacción laboral de trabajadores de restaurantes de Miraflores**

INDICADOR	NIVEL DE SATISFACCIÓN(%)		
	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho
Por trabajar en la empresa	46,7	29,3	24,0
Por la repercusión de su trabajo en la marcha de la empresa	31,3	46,7	22,0
Por la respuesta a los desafíos que el trabajo demanda	62,7	26,9	11,3
Por el tiempo que le toma llegar a su centro de trabajo	96,0	4,0	---
Por la zona donde está ubicado el centro de trabajo	84,0	15,3	0,7

MOTIVACIÓN Y RECONOCIMIENTO. Como en el rubro anterior, entre 45,3 y 68,7 % muestran mayormente satisfacción sobre los aspectos encuestados y un resultado contrario se observó en la satisfacción relacionada con su aprendizaje diario de mejores formas de hacer su trabajo, la influencia que puede tener en la toma de decisiones en su área y con los días libres

programados por la empresa. (Tabla 2)  
 INFRAESTRUCTURA. En este rubro mostraron altos porcentajes de satisfacción que van desde 60 a 100%, siendo los más altos los que correspondieron a la calidad de servicio, el señalamiento en áreas de seguridad, la iluminación, el sistema de comunicación y la distribución del área del cliente (Tabla 3)

**TABLA 2 : Nivel de satisfacción con las acciones de motivación y reconocimiento.**

INDICADOR	NIVEL DE SATISFACCIÓN(%)		
	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho
Por su aprendizaje diario de mejores formas de hacer su trabajo	30,7	44,9	25,3
Por su posibilidad de expresar abiertamente sus puntos de vista a compañeros y jefes	60,7	36,0	3,3
Por la facilidad para comunicar sus necesidades a las personas indicadas para su atención	61,3	18,7	20,0
Con la influencia que puede tener en las decisiones que se toman en su área	21,3	44,0	34,7
Con el reconocimiento que tiene en el trabajo	68,7	18,0	13,3
Con la información recibida sobre su desempeño en el trabajo	45,3	28,7	26,9
Con los incentivos económicos recibidos por sus aportes o desempeño laboral	40,0	30,7	29,3
Con los días libres brindados por su desempeño	22,7	34,0	43,3
Con la satisfacción económica que recibe por su trabajo	60,0	34,0	6,0
Con la posibilidad de recibir otras compensaciones o reconocimientos económicos a las que ya recibe	100,0	---	---

AMBIENTE EN EL ÁREA DE TRABAJO. En este rubro también mostraron estar mayormente satisfechos, salvo en lo que concierne al conocimiento de protocolos de

emergencia, 34,7%. Es notoria la indiferencia ante indicadores como el reparto de las cargas de trabajo y el conocimiento que tiene de los protocolos de emergencia. (Tabla 4)h

**TABLA 3 : Nivel de satisfacción con la infraestructura**

INDICADOR	NIVEL DE SATISFACCIÓN(%)		
	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho
Con la calidad de los servicios básicos(agua potable, sanitarios, vestidores, comedor, etc.) en su centro de trabajo	100,0	---	---
Con la facilidad de movilizarse con total libertad en el lugar/área de trabajo que le corresponde	60,0	25,3	14,7
Con el espacio que tiene disponible para trabajar	60,0	14,7	25,3
Con su área de trabajo en términos de calidez y agrado	60,0	14,0	26,0
Con la capacidad relajante de su área de descanso	60,0	14,0	26,0
Con la no interferencia de su área de trabajo con el área de atención al cliente	100,0	---	---
Con el señalamiento de las áreas de seguridad en caso de desastres	100,0	---	---
Con la iluminación de las áreas	100,0	---	---
Con el sistema de comunicación	100,0	---	---
Con la distribución del área del cliente	100,0	---	---

**TABLA 4 : Nivel de satisfacción con el ambiente laboral**

INDICADOR	NIVEL DE SATISFACCIÓN(%)		
	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho
Con las condiciones de trabajo de su línea de acción	62,0	33,3	4,7
Con el reparto de las cargas de trabajo	44,7	55,3	---
Con la limpieza y ausencia de obstáculos en su lugar de trabajo	81,3	18,7	---
Con el conocimiento que tiene de los protocolos de emergencia	34,7	42,7	22,7
Con las facilidades relacionadas con los equipos necesarios de protección individual	74,7	18,7	6,7
Con la participación en el éxito o fracaso de su área de trabajo	67,3	18,7	14,9
Con el nombre de su empresa y su posición en el sector	88,0	12,0	---

FORMACIÓN E INFORMACIÓN. En este rubro mostraron estar mayormente satisfechos con porcentajes de 49,3 a 87,7%. (Tabla 5) Es remarcable el alto porcentaje de

insatisfacción ante el indicador relacionado con la recepción de información básica actualizada sobre prevenciones de riesgo en su área de trabajo

**TABLA 5 : Nivel de satisfacción con la formación e información que se recibe en su centro laboral**

INDICADOR	NIVEL DE SATISFACCIÓN(%)		
	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho
Con la recepción de la formación necesaria para desempeñar correctamente su trabajo	63,3	18,0	18,7
Con la recepción de información básica actualizada sobre prevenciones de riesgo en su área de trabajo	49,3	14,7	36,0
Con atención recibida en todo momento sobre dudas laborales	56,0	29,3	14,7
Con las oportunidades para su desarrollo profesional provistas por la empresa	86,7	4,7	8,7

Cientes de Restaurantes estudiados DATOS GENERALES. Al igual que en el caso de los trabajadores, los clientes fueron en su mayoría mujeres, el rango de edad preponderante fue de 20 a 42 años con 80% y la mayoría fueron peruanos(as) aunque el

porcentaje de extranjeros fue bastante alto (46,7%)

ACCIONAR DEL PERSONAL DE TRABAJO. Al respecto, se pudo observar mayor nivel de satisfacción con la información relacionada

con zonas seguras en caso de emergencia y de alternativas gastronómicas, sin embargo, aquellos indicadores relacionados con las características propias del personal en cuanto a la ejecución de su trabajo dieron

altos porcentajes de indiferencia, lo que indicaría que para los clientes.

Este accionar no ha tenido la relevancia necesaria para ellos. (Tabla 6)

**TABLA 6 : Nivel de satisfacción de los clientes con el accionar del personal de trabajo en Miraflores**

INDICADOR	NIVEL DE SATISFACCIÓN(%)		
	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho
Con la rapidez de atención del personal	35,3	46,7	18,0
Con la amabilidad del personal	37,3	46,0	16,7
Con la información brindada por el personal sobre las zonas seguras en caso de emergencia	62,0	24,7	13,3
Con el ofrecimiento de alternativas gastronómicas por parte del personal	68,7	20,7	10,7

INFRAESTRUCTURA. Con la excepción de la iluminación del restaurante, todos los indicadores mostraron porcentajes altos de satisfacción, siendo los más resaltantes

los relacionados con el ambiente y la seguridad. Resalta la indiferencia ante la iluminación y la distribución de las mesas. (Tabla 7)

**TABLA 7 : Nivel de satisfacción con la infraestructura**

INDICADOR	NIVEL DE SATISFACCIÓN(%)		
	Satisfecho	Indiferente	Insatisfecho
Con la distribución de las mesas	52,0	40,0	8,0
Con el ambiente del restaurante	72,7	18,0	9,3
Con la iluminación del restaurante	38,0	56,0	6,0
Con la visibilidad de las señales de emergencia	54,7	27,3	18,0
Con la seguridad dentro del restaurante	70,0	12,7	17,3

El nivel de satisfacción también se muestra en la buena disposición para recomendar el restaurante a terceros. Pues, ante la pregunta de si recomendaría el restaurante a sus amigos(as) y familiares, el 82,0% mencionó que sí lo haría.

1.1 Relaciones entre satisfacción laboral de los trabajadores y satisfacción de los clientes

Cuando se evaluó la relación entre la satisfacción laboral de los trabajadores pertenecientes a los restaurantes de Miraflores con la satisfacción de los clientes peruanos y extranjeros que asisten a los restaurantes, esta fue significativa estadísticamente ( $0.005 < 0.05$ )

**TABLA 8 : Tabla de contingencia Satisfacción del cliente con el nivel de satisfacción laboral**

RECuento		SATISFACCIÓN LABORAL		Total
		Satisfecho	Indiferente	
Satisfacción cliente	Satisfecho	99	5	104
	Indiferente	28	4	32
	Insatisfecho	10	4	14
Total		137	13	150

## DISCUSIÓN

Los estudios relacionados con la satisfacción de los clientes y el ambiente laboral son amplios y diversos, es así que se han reportado una serie de estudios, no solo en empresas gastronómicas sino también de otro tipo, relacionados con el ambiente laboral y la calidad del servicio, los cuales difieren en la población en estudio y la metodología, pero que en términos generales coinciden en las relaciones entre el ambiente laboral y la calidad del servicio ofertado.

Es el caso de los servicios de salud, los que tras un estudio de 83 investigaciones teóricas y empíricas publicadas en países de Latinoamérica durante el siglo XXI, permitieron inferir teóricamente que existía una relación entre el clima organizacional y la calidad de los servicios públicos de salud (Bernal, Pedraza y Sánchez 2015).

Por otro lado, se han identificado las dimensiones relacionadas con la calidad de servicio en hostelería, concretamente en restaurantes, y si estaba relacionada con la satisfacción que los usuarios tuvieron con los servicios prestados y con sus intenciones de volver al restaurante.

Las 3 dimensiones de calidad identificadas fueron: Habilidades y conocimientos de los empleados, actitudes y disposiciones

del restaurante y sus empleados y Calidad física; y estas presentaron correlaciones significativas y positivas con las variables de satisfacción e intenciones comportamentales. (Tordera, Martínez-Tur y Caballer, 1995).

Estudios finalizados en ciudades como el realizado en la ciudad de Nuevas Grandes, Chihuahua, México, sobre el índice de la calidad de los servicios que se ofertan en hoteles y restaurantes y con la finalidad de establecer estrategias de mercado que permitan generar ventajas competitivas, usando el método SERQUAL, se detectaron 5 áreas en las que se debe trabajar, las cuales fueron: (a) Capacitación del personal, en atención al cliente en particular; (b) Certificaciones, distintivos H y M; (c) Merchandising, mejoramiento de las instalaciones y el punto de venta; (d) Tecnología, uso de las TIC, facturación electrónica, base de datos, etc.; (e) Promoción (programas de promoción y difusión. (Susano, 2015).

Análogamente, durante el segundo semestre del año 2014, se estudió la calidad del servicio de la comida rápida en el distrito Libertador de Mérida, Venezuela, y para ello se aplicó un modelo integral de brechas de calidad del servicio y la escala de Dineserv, en una muestra representativa de gerentes,

empleados y clientes externos de estos establecimientos.

Los resultados mostraron un cumplimiento de los estándares del servicio por parte de los empleados, así como la correspondencia positiva entre este desempeño y los niveles de calidad del servicio percibidas por el usuario.

En la búsqueda de motivación y mejora continua, se recomendó el establecimiento de recompensas, reconocimientos y estímulos múltiples y variados. (Morillo y Del Valle, 2015).

Otro aspecto motivo de preocupación ha sido la relación entre la satisfacción del cliente y los costos de calidad del proceso de restauración, para lo que se desarrolló un procedimiento que consistió en (a) caracterización del proceso; (b) aplicación del diagnóstico; y (c) propuesta del programa de mejoras en función de las deficiencias detectadas. Se evaluó la satisfacción de clientes internos y externos y se contabilizaron los costos de calidad, concluyéndose entre otras cosas que la satisfacción del cliente garantiza la competitividad en el mercado, ya que una gestión adecuada de la misma permitirá disminuir los costos asociados a las deficiencias tanto internas como externas. (Romero-Fernández y Chávez-Yépez, 2015)

La relación entre el impacto del servicio al cliente sobre el incremento de la competitividad también ha sido estudiada, tal como el caso del estudio hecho en las empresas de Valledupar, Colombia.

Se mostró que la percepción sobre la poca cultura de servicio al cliente afecta la productividad y la economía de las empresas

y se concluyó que (a) deben modificarse los modelos mentales de acuerdo con lo que el medio empresarial demanda, (b) deben implementarse estrategias para desarrollar un servicio al cliente de calidad mediante la inversión en programa de desarrollo de personas, y (c) el clima organizacional, la cultura y modelos mentales inciden en la conducta y comportamiento de los colaboradores de las empresas. (Daza, Daza y Pérez, 2017).

En la misma orientación, se evaluó la satisfacción del cliente y de los costos de calidad del proceso de restauración en empresas de hotelería, con la finalidad de proponer un modelo teórico.

Se consideró a priori el que los factores ambientales pueden influir en la experiencia de consumo de los huéspedes y se destacó la existencia de otros factores como los sociales que han sido considerado fundamentales.

Para obtener una experiencia de consumo más efectiva, se sugirió estudiar los factores ambientales directamente ligados con un determinado comportamiento de consumo, los factores más importantes en un área determinada del hotel, tal como el restaurante, y las respuestas más importantes.

(Pinheiro da Silva y Vasconcelos Pereira, 2010) Asimismo, se midió la calidad del servicio en restaurantes de la ciudad de Cuenca, para lo que se entrevistó a administradores, propietarios, gerentes y expertos en el tema y se encontraron diferentes variables de calidad, las que fueron agrupadas en seis dimensiones. Se demostró que el modelo de evaluación SERVQUAL es genérico, y que el uso de



cuestionarios de evaluación de empresas dedicadas a medir la percepción no es un método adecuado para medir correctamente la calidad. (Vivar y Barragán 2017).

Por otro lado, se han reportado estudios sobre empresas específicas, tales como el desarrollado en ciudad de Nuevo Casas Grandes en Chihuahua, México; donde se buscó determinar los factores principales que no permiten cumplir con las expectativas y necesidades del cliente; para lo que se aplicaron métodos empíricos, técnicas y herramientas como: encuestas, observación y entrevista que permitieron medir el índice de calidad brindada.

Los resultados confirmaron la existencia de falencias en la atención brindada al cliente ya que los colaboradores no aplican normas y técnicas de calidad siendo esta la causa que origina la insatisfacción del cliente.

Se recomendó la implementación de un plan de mejora con un manual de servicio al cliente acompañado de una capacitación sería una herramienta fundamental (Albán, 2018).

De la misma manera, mediante un estudio de caso se evaluó la calidad de servicios en los restaurantes de un Grupo económico de la ciudad de Bahía Blanca, Argentina; para lo que se determinaron atributos de calidad de servicios según la percepción de la demanda turística recreativa.

Se realizó un listado de 189 atributos adaptados a las características de los servicios de gastronomía y se obtuvo también 39 atributos de calidad de servicios en sus dos categorías: una, en relación con la disponibilidad de instalaciones, productos y servicios; y la otra, relacionada con los

atributos de instalaciones, productos y servicios de los restaurantes.

Los datos obtenidos permitieron concluir que la mayoría de las categorías de estudio son consideradas importantes por parte de la demanda para la evaluación de la calidad de servicio.

Y finalmente el análisis de las diferentes variables, llámese edad, tipo de grupo, motivación y horario de visita, permitió vislumbrar diferencias en la percepción de los clientes de los cinco restaurantes con respecto a las categorías de atributos analizadas. (Lebed, 2016).

En Perú se han realizado varios estudios en empresas específicas tales como el de la relación entre el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral en los trabajadores de la empresa Almapo SRL del distrito de Castilla, departamento de Piura.

Los resultados mostraron una relación positiva entre el Clima Organizacional con cada una de los indicadores de la Satisfacción Laboral.

Se concluyó que existe una estrecha relación entre clima organizacional y satisfacción laboral (Cohara, 2016).

Asimismo, utilizándose como instrumento de encuesta la Escala de Likirt, se midió la correlación entre clima organizacional y el desempeño de los trabajadores en un restaurante de parrillas Marakos 490, en el departamento de Lambayeque.

Se concluyó que: a) existió un grado de correlación baja entre el clima organizacional y el desempeño en los trabajadores del Restaurante; (b) la dimensión con menor

promedio dentro de la variable desempeño, es el compromiso, que indica particularmente la falta de trabajo en equipo, coordinación y compromiso de los trabajadores para con la empresa; y (c) dentro de la variable clima laboral, se encontró que la falta de estructura organizacional y el mal programa de remuneraciones causa que el personal se desmotive totalmente, repercutiendo en su desempeño y desarrollando estrés, lo que puede ser el causante de la falta de compromiso y trabajo de equipo de los trabajadores de la empresa. (Mino, 2014).

En términos generales, en nuestro trabajo, tanto los empleados como los clientes mostraron alto nivel de satisfacción en los aspectos planteados en las encuestas; además, se ha mostrado, a partir de nuestros datos en la población y restaurantes estudiados, que existe relación entre la satisfacción del empleado y del cliente, lo cual coincide con reportes hechos en restaurantes y hoteles en otras latitudes con diferentes poblaciones y metodologías, e inclusive evaluando el impacto de la calidad del servicio en los costos y la competitividad.

## CONCLUSIÓN

El nivel de satisfacción mostrado tanto por los clientes internos (empleados) como los externos (comensales) y el que la satisfacción del cliente interno fue en términos generales alto y existió relación estadísticamente significativa entre el grado de satisfacción de los clientes internos (trabajadores) y los clientes externos (comensales) de los restaurantes de Miraflores

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albán Ramos Jennifer Yuliana (2018.) Análisis de calidad del servicio del salón

La Casita del sabor para implementación de un manual de atención al cliente. (Trabajo de titulación). Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. Ecuador.

Bernal, I., Pedraza, N. y Sánchez, M. (2015). El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico. *Estudios gerenciales* 31:8-19. <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.003>.

Cohara, J. (2016). Relación del clima organizacional y satisfacción laboral en la empresa Almapo SRL del distrito de Castilla, provincia de Piura, departamento de Piura-2014. (Tesis de Maestría) Escuela de postgrado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú.

Daza R., M.E., Daza P., M.I. y Pérez O., A.B. (2017). Servicio al cliente: Una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional en empresas de Valledupar (Colombia). *Revista de investigación en administración e ingeniería* 5(1):1-7. <http://service.udes.edu.co/revistas/index.php/aibi/>

Lebed, F. (2016). Atributos de calidad de servicios de gastronomía. Estudio de caso: Grupo Don Bartolomeo en Bahía Blanca, Buenos Aires. (Tesina de licenciatura). Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca, Argentina.

Mino, E. (2014). Correlación entre el clima organizacional y el desempeño en los trabajadores del restaurante de parrillas Marakos 490 del departamento de Lambayeque. (Tesis de licenciatura) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú

Morillo M. y Del Valle, N. (2015). Calidad del servicio de comida rápida a partir de la participación del empleado de vanguardia, municipio Libertados, estado de Mérida, Venezuela. *Saber, Universidad de Oriente, Venezuela* 27(4):595-608. ISSN: 2343-6468 Digital/Depósito Legal ppi 198702SU4231.

Pinheiro da Silva, J. y Vasconcelos Pereira, Y. (2010). Hospitalidad y ambiente en los hoteles. Su influencia en el comportamiento del consumo. *Estudios y perspectivas en Turismo* 19:330-345.

Romero-Fernández, A. y Chávez-Yépez, H. (2015). Evaluación de la satisfacción del cliente y de los costos de calidad del proceso de restauración en la hotelería. *Retos turísticos* 14(3):5-10 ISSN: 2224-7947 (versión en línea).

Susano, J.L. (2015). Análisis de la calidad de servicios de hotelería y restauración de la ciudad de Nuevo Casas Grandes para proponer estrategias metodológicas y generar ventajas competitivas. *NovaRua Revista Universitaria de Administración* 2(4):25-29. Recuperado de <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/NovaRua/article/view/36>.

Tordera, Nuria, Martínez-Tur, Vicente y Caballer, Amparo (1995). Dimensiones de calidad de servicio en Hostelería. *Papers de turismo* 18:11-21.

Vivar, J. y Barragán, M. (2017). Elaboración de un modelo de evaluación para la calidad del servicio en restaurantes en Cuenca. *Revista de la Facultad de Ciencias Químicas* 16:62-77. ISSN: 1390-1869.

## **CORRESPONDENCIA**

Dra. Yrene Uribe Hernandez  
yrene.uribe@ulcb.edu.pe