



**VICERECTORADO ACADÉMICO
ESCUELA DE POSGRADO**

TESIS

**SISTEMA DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL
COMEDOR DEL SERVICIO DE NUTRICIÓN, HOSPITAL
NACIONAL GUILLERMO ALMENARA IRIGOYEN, LIMA-2021**

PRESENTADO POR

BACH: JOSÉ YAMSER NOEL TAMAYO

CODIGO ORCID: 0000-0002-9292-6702

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**GESTIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA FORMACIÓN
PROFESIONAL EN CONEXIÓN AL TRABAJO Y EL
CRECIMIENTO SOCIOECONÓMICO**

ASESOR

MAG. CARMEN LUISA AQUIJE DAPOZZO

CODIGO ORCID: 0000-0002-7622-4882

LIMA – PERÚ

2024

SISTEMA DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL COMEDOR DEL SERVICIO DE NUTRICIÓN, HOSPITAL NACIONAL GUILLERMO ALMENARA IRIGOYEN, LIMA-2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%

INDICE DE SIMILITUD

20%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

9%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.uap.edu.pe Fuente de Internet	9%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	repobib.ubiobio.cl Fuente de Internet	1%
7	vsip.info Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1%

9	repositorio.unesum.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
10	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	<1 %
13	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
14	renati.sunedu.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
15	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
16	docplayer.es Fuente de Internet	<1 %
17	www.593dp.com Fuente de Internet	<1 %
18	polodelconocimiento.com Fuente de Internet	<1 %
19	prezi.com Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.upagu.edu.pe	

Fuente de Internet

<1 %

21

repositorio.unamba.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

22

repositorio.unc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

23

repositorio.unsm.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

24

repository.usta.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

25

1library.co

Fuente de Internet

<1 %

26

Submitted to Universidad de Chiclayo

Trabajo del estudiante

<1 %

27

theibfr.com

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 20 words

Excluir bibliografía

Activo

DEDICATORIA

Al creador por brindarme tesón y ahínco para culminar mis estudios de postgrado.

AGRADECIMIENTO

A mis familiares y colegas que me apoyaron en la realización del presente trabajo.

RECONOCIMIENTO

A todos los docentes de la UAP por su permanente apoyo.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
RECONOCIMIENTO	IV
ÍNDICE	V
INDICE DE TABLAS	VIII
INDICE DE FIGURAS	IX
RESUMEN.....	X
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1 Descripción de la realidad problemática	14
1.2 Delimitación de la investigación	15
1.2.1 Delimitación espacial	16
1.2.2 Delimitación temporal	16
1.2.3 Delimitación social	16
1.2.4 Delimitación conceptual	16
1.3 Problemas de investigación	16
1.3.1 Problema principal	16
1.3.2 Problemas secundarios	17
1.4 Objetivos de la investigación	17
1.4.1 Objetivo general	17
1.4.2 Objetivos específicos	17
1.5 Justificación e importancia de la investigación	18
1.5.1 Justificación	18
1.5.2 Importancia	20

1.6 Factibilidad de la Investigación	20
1.7 Limitaciones del estudio	21
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	22
2.1 Antecedentes de la investigación	22
2.1.1 Antecedentes internacionales	22
2.1.2 Antecedentes nacionales	26
2.2 Bases teóricas o Científicas	28
2.2.1 Definición de la variable Sistema de Calidad	28
2.2.2 Dimensiones del Sistema de Calidad	33
2.2.2.1 Planear	34
2.2.2.2 Hacer	34
2.2.2.3 Verificar	34
2.2.2.4 Actuar	34
2.2.3 Definición de la variable Satisfacción	34
2.2.4 Dimensiones de satisfacción del usuario	38
2.3 Definición de términos básicos	41
CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	44
3.1 Hipótesis General	44
3.2 Hipótesis Específicas	44
3.3 Definición conceptual y operacional de las variables	45
3.3.1 Variable Independiente X: Sistema de calidad	45
3.3.2 Variable Dependiente Y: Satisfacción	47
3.4 Cuadro de Operacionalización de Variables	49
CAPITULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	50
4.1 Tipo y nivel de investigación	50
4.1.1 Tipo de investigación	50
4.1.2 Nivel de investigación	50
4.2 Métodos y diseño de la investigación	51
4.2.1 Método de la investigación	51

4.2.2 Diseño de la investigación	51
4.3 Población y muestra de la investigación	52
4.3.1 Población	52
4.3.2 Muestra	53
4.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	54
4.4.1 Técnicas para la recolección de datos	54
4.4.2 Instrumentos	54
4.4.3 Validez y confiabilidad	54
4.4.4 Procesamiento y análisis de datos	55
4.4.5 Ética de la investigación	56
CAPÍTULO V: RESULTADOS	57
5.1 Estadística Descriptiva	57
5.1.1 Variable Sistema de Calidad	57
5.1.2 Variable Satisfacción de usuarios	63
5.2 Estadística Inferencial	67
CAPITULO VI: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	73
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
ANEXO N° 01:Matriz de consistencia	84
ANEXO N° 02: Matriz de elaboración de instrumentos	85
Cuestionario sobre Sistema de Calidad	85
Cuestionario: Satisfacción de usuarios	86
ANEXO N° 03: Ficha de Validación de Instrumento	87
ANEXO N° 4: Copia de la data procesada	90
Anexo N°5: Consentimiento informado	94
Anexo N°6: Autorización de la entidad donde se realizó el trabajo de campo	96
ANEXO 7: Declaratoria de autenticidad de Tesis	97

INDICE DE TABLAS

Tabla 1:Variable Sistema de calidad	59
Tabla 2:Planificación	61
Tabla 3:Hacer	62
Tabla 4:Verificar	63
Tabla 5:Actuar	64
Tabla 6:Variable Satisfacción de usuarios	65
Tabla 7:Rendimiento percibido	66
Tabla 8:Las expectativas	67
Tabla 9:Niveles de satisfacción	68
Tabla 10:Prueba de normalidad	69
Tabla 11:Hipótesis general	70
Tabla 12:Hipótesis específica 1	71
Tabla 13:Hipótesis específica 2	72
Tabla 14:Hipótesis específica3	73
Tabla 15:Hipótesis específica 4	74

INDICE DE FIGURAS

Figura 1:Variable Sistema de calidad	60
Figura 2:Planificación	61
Figura 3:Hacer	62
Figura 4:Verificar	63
Figura 5:Actuar	64
Figura 6:Variable Satisfacción de usuarios	65
Figura 7:Rendimiento percibido	66
Figura 8:Las expectativas	67
Figura 9:Niveles de satisfacción	68

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo determinar si el sistema de calidad se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima 2021.

Las variables desarrolladas fueron sistema de calidad con sus dimensiones planificar, hacer, verificar y actual y la variable satisfacción de usuarios con sus dimensiones rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción.

El estudio fue básico, descriptivo relacional, hipotético deductivo y diseño no experimental.

La población estuvo conformada por 150 usuarios y una muestra de 108 de ellos. Se utilizó la encuesta y el cuestionario de 20 preguntas para cada instrumento mediante la escala de Likert.

El resultado mediante el Chi cuadrado, a un nivel de significancia bilateral 0.000 determinó que El sistema de calidad está relacionado con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021.

PALABRAS CLAVE: Sistema de calidad, satisfacción de usuarios, expectativas.

ABSTRACT

The objective of this work was to determine if the quality system is related to the satisfaction of the users of the dining room of the Guillermo Almenara Irigoyen National Hospital, Lima 2021.

The variables developed were the quality system with its dimensions plan, do, verify and current and the variable user satisfaction with its dimensions perceived performance, expectations and levels of satisfaction.

The study was basic, relational descriptive, deductive hypothetical and non-experimental design.

The population consisted of 150 users and a sample of 108 of them. The survey and the 20-question questionnaire were used for given instruments using the Likert scale.

The result through the Chi square, at a bilateral significance level of 0.000, determined that the quality system is related to the satisfaction of the users of the dining room of the nutrition service of the Guillermo Almenara Irigoyen National Hospital, Lima-2021.

KEY WORDS: Quality system, user satisfaction, expectations.

INTRODUCCIÓN

Un sistema de calidad se establece para poder definir un grado de desarrollo favorable en la implementación de una empresa o servicio, esto es, a través de algunas de sus dimensiones como; Planear, hacer, verificar y actuar, favor de los usuarios o clientes. La satisfacción se establece en forma conceptual en la frase “la culminación o realización de un deseo o necesidad”. Se plantea la cuestión de, en qué medida que el deseo, necesidad, o placer que dio lugar a una determinada compra o a recibir u ofrecer un servicio, se encuentran más o menos satisfechos o insatisfechos. Saber qué tan satisfecha o insatisfecha está una persona y cómo medir su satisfacción con un producto o servicio no sólo es un proceso integral sino también complejo. Puede encontrar productos y servicios para todos los gustos en el mercado, los cuales están diseñados para satisfacer las necesidades de las personas. Conocer el deseo y la demanda del mercado nos lleva al hecho de que queremos poseer y utilizar el producto. Basándonos en experiencias, opiniones, relaciones, amigos, competencia, conseguimos lo que queremos, esperando que cumpla con las expectativas de lo que obtenemos.

Esta investigación se realizó debido a las implicancias de la atención al personal beneficiario del comedor del Hospital Nacional “Guillermo Almenara Irigoyen” - ESSALUD en la calidad de servicios brindado en el comedor. Trabajo que estará dividido en 5 capítulos a saber: Planteamiento del Problema, Marco Teórico Conceptual, Hipótesis y Variables, Metodología de la Investigación y Administración de la investigación.

En el Capítulo I: Planteamiento del Problema, Como puede verse, esto está influenciado por el enfoque de la planificación de la tesis, se pone énfasis en la descripción de realidades problemáticas, límites, problemas, metas., justificación, factibilidad y limitaciones; por lo tanto, se tratará específicamente sobre la viabilidad de dicha investigación.

En el capítulo 2: Marco Teórico Conceptual, abarca desde los antecedentes del tema, las bases teóricas con sus respectivas conceptualizaciones sobre Sistema de Calidad y Satisfacción del usuario. Hipótesis y Variables, se trabajará con la técnica del cuestionario.

En el tercer capítulo referido a la hipótesis general y específicas, el cuadro de operacionalización, mediante su definición conceptual, operacional, dimensiones, ítems y escala empleada.

El Capítulo IV: Metodología de la Investigación, consideraremos el método empleado, la población y muestra, se trabajará con la técnica de la encuesta y en base a los instrumentos de recolección de información, así como la validez y confiabilidad de los instrumentos; por lo tanto, se tratará específicamente sobre la metodología que se empleará en dicha investigación. En el procesamiento y análisis de datos, se tendrá en cuenta la estadística descriptiva e inferencial y para la prueba de hipótesis se desarrollará mediante el Rho de Spearman, con un nivel de significancia de valor ($p < 0,05$), mediante el programa estadístico SPSS v. 23 en español.

En el capítulo quinto se detallan el resultado de la parte estadística tanto descriptiva como la inferencial.

En el capítulo sexto se desarrolla lo referente a los resultados (discusión) las conclusiones de la investigación y finalmente la formulación de recomendaciones y fuentes de información.

Culminando con los anexos, con la presentación de la matriz de consistencia, donde manera organizada se presentan problemas, objetivos, hipótesis, variables y el tipo y nivel de investigación. La ficha del juicio de expertos, cuestionarios, data empleada y declaratoria de autenticidad de informe final de tesis.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

En la actualidad hablar de calidad no solo se refiere a la parte funcional técnica, sino, a la conceptualización de una filosofía e ideología sobre la administración de las organizaciones que han de afinar en forma cotidiana, y para este caso teniendo un especial énfasis toda vez que se trata de un servicio alimentario. La Satisfacción del Consumidor, son palabras claves para la gestión de la calidad de nuestros mercados. Los nuevos conceptos y métodos se convierten en la columna vertebral de la tecnología del marketing en la competencia por nuevos escenarios y tendencias en el mercado de bienes y servicios. Guadarrama, E. Rosales, E. (2015).

Los desafíos actuales en nuestro mercado nacional requieren del desarrollo de una estrategia o gestión de servicios; tener a los gerentes y esencialmente a todos los empleados de una empresa determinado enfocados en forma de fanatismo comprometidos con llegar a la satisfacción de los demandantes a través de la calidad y el servicio, diseñando bienes y servicios que satisfagan las verdaderas expectativas de las personas. Lo cual considera la inversión en una serie de requerimientos y un seguimiento constante del cumplimiento de los objetivos, que siempre deben superarse. Jerez. G. (2012).

En toda organización hospitalaria el servicio de atención de nutrición tiene como premisa la calidad y seguridad, en el servicio que presta al cliente o usuario, brindándoles información y satisfaciendo los gustos y preferencias de este con la labor que realiza y no tratando de imponerlas a la fuerza. Si los usuarios creen que lo que ofrecen no es lo demandan, no lo aceptaran y por lo tanto, el proceso realizado será improductivo. Las respuestas brindadas por el usuario o cliente son equivalente sobre la calidad del servicio ofertado. Ramírez, N. (2018).

Los servicios de catering hospitalario se encargan del procesamiento y transformación de los productos alimenticios según estándares técnicos y científicos según las especificaciones de cada colaborador para obtener productos con propiedades dietéticas, actualmente esta actividad económica se denomina catering hospitalario. El mismo que se interrelaciona con el entorno adyacente y está en función de acciones como el tipo de realización, la cantidad, características de las personas, la capacidad de las instalaciones a fin de cumplir objetivos tales como:

- 1) Satisfacción de los deseos o necesidades expectantes del cliente
- 2) Funcionamiento en forma adecuada en diferentes ambientes.
- 3) Adaptarse a los gustos y preferencias de los clientes, de la situación económica o ambos requerimientos. Bejarano, J. Cortés, A. Pinzón. O. (2016).

En el HNGAI, se viene implementando el servicio de nutrición como responsable de la administración del servicio de comedor para el personal de salud especializado, que laboran en sus diferentes áreas u servicios, con distintos turnos y tiempo de permanencia en el nosocomio. Los usuarios son médicos, enfermeros, laboratoristas, técnicos de enfermería que van rotando en la atención de pacientes con consulta externa o se encuentran internados.

1.2 Delimitación de la investigación

1.2.1 Delimitación espacial

Este trabajo se realizó en Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen – ESSALUD, Hospital Nivel IV, ubicado en la Avenida Grau N° 800, distrito La Victoria, Lima.

1.2.2 Delimitación temporal

Se llevó a cabo durante los meses de marzo a agosto del 2022.

1.2.3 Delimitación social

Se consideraron los métodos e instrumentos para lograr el recojo de datos de los usuarios que acuden al comedor de la mencionada institución. El grupo humano con el que se trabajó fueron los médicos, enfermeras, nutricionistas, técnicos y personal administrativo, quienes son los usuarios del comedor.

1.2.4 Delimitación conceptual

El presente trabajo de investigación se basó en la teoría conceptual del sistema de calidad, en la calidad total, la teoría de Joseph Juran y la de Edward Deming de acuerdo al modelo PHVA y en la satisfacción las teorías de Evrard y Zas.

1.3 Problemas de investigación

1.3.1 Problema principal

¿El Sistema de Calidad se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021?

1.3.2 Problemas secundarios

- ¿La Planificación del sistema de calidad se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021?
- ¿El Hacer del sistema de calidad se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021?
- ¿El Verificar del sistema de calidad se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021?
- ¿El Actuar del sistema de calidad se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Determinar la relación del sistema de calidad con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

1.4.2 Objetivos específicos

- Analizar la relación entre la dimensión Planificar del sistema de calidad y la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021
- Establecer la relación entre la dimensión Hacer del sistema de calidad y la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

- Conocer la relación entre la dimensión Verificar del sistema de calidad y la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021
- Identificar la relación entre la dimensión Actuar del sistema de calidad y la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

1.5 Justificación e importancia de la investigación

1.5.1 Justificación

Teórica. – Si el objetivo del trabajo investigativo es involucrarse en la parte reflexiva y la confrontación académica sobre teorías del conocimiento vigentes, resultados o involucrarse en la epistemología del conocimiento existente. Si propones un nuevo paradigma o realizas una reflexión epistemológica en tu investigación. Bernal, C. (2010).

El desarrollo de la investigación manifiesta el interés personal y profesional, por tratar de mejorar el servicio del comedor brindado, incluyendo los procedimientos que se vienen empleando actualmente, esto incluye desde la planificación, evaluación, mejora continua, selección del personal capacitado, mediante un sistema de calidad en sus distintos procesos, hasta lograr la entera satisfacción de los usuarios.

Actualmente la calidad, no solo se refiere a la parte funcional técnica, sino, a la conceptualización de una filosofía e ideología sobre la administración de las organizaciones que han de afinar en forma cotidiana, teniendo un especial énfasis si se trata de un servicio alimentario. Satisfacción del Consumidor, son palabras claves para la gestión de la calidad de nuestros servicios. Los nuevos conceptos y métodos se convierten en la columna vertebral de la tecnología del marketing en la competencia por nuevos escenarios y tendencias en el mercado de bienes y servicios. Carro, R. González, D. (2018).

Este estudio contribuye a ampliar el conocimiento sobre la asociación de los sistemas de calidad y los niveles de satisfacción de los usuarios. Luego, mediante

los resultados de la investigación, las conclusiones formarán un sustento teórico que dará una perspectiva más amplia sobre el problema y así ampliar los conocimientos sobre el tema.

Metodológica. - El aporte metodológico del presente trabajo de investigación se encuentra en el campo de la administración, utilizando herramientas y soporte metodológico para medir la relación entre un sistema de calidad y la satisfacción de los usuarios, así como su contribución al mejoramiento del sistema de gestión del comedor de uso de los trabajadores de la salud del piso 2 del Hospital Guillermo Almenara Irigoyen. El trabajo de investigación se propone mejorar el sistema de gestión del comedor de uso de los trabaja.

El sistema de calidad se midió con un instrumento elaborado con tal propósito, el cual fue validado mediante el juicio de expertos, así mismo con una confiabilidad pertinente, que cumpla con los objetivos propuestos. Para la satisfacción de los usuarios, se elaboró un instrumento que cumplió con las características detalladas para la anterior variable.

Los resultados de la actual investigación sirven como precursor para las futuras investigaciones utilizando los mismos instrumentos, mejorándolos o modificándolos.

Práctica. - Muchas de las personas que trabajan en el Hospital Nacional Guillermo Almenara, piso 2, son usuarios del comedor del servicio de nutrición, acercándose a ella para hacer uso de los servicios de desayuno, almuerzo y cena. Los cuales que, por su trabajo especializado en la salud pública, en el tratamiento de pacientes, consultas internas y externas, además de la comunicación con los familiares, necesitan de una alimentación adecuada, balanceada y rica en nutrientes, además de un trato oportuno, cálido y de calidad en el servicio.

Por estas razones el estudio se realizó con el propósito de establecer la asociación del servicio de calidad y la satisfacción de los usuarios del comedor de ese hospital. Asimismo, es de beneficio para el personal que realiza la gestión y de los que hacen uso de dicho comedor, ya que se podrán tomar las medidas necesarias como mejoramiento del servicio con calidad y así poder alcanzar la satisfacción plena de los usuarios.

Social. - En la presente investigación se tiene como principal participante a los usuarios del comedor del Hospital Guillermo Almenara, quienes son los trabajadores de salud: Médicos, enfermeras, técnicos y auxiliares de los distintos servicios que corresponden al área del segundo piso de la institución, que está administrada por el área de nutrición. Quienes serán los principales beneficiados, por cuanto se establecerá modificaciones y cambios de acuerdo con los nuevos enfoques de la gestión y administración del comedor, que se manifiesta en mayores niveles de satisfacción, que permita un compromiso y mejor desarrollo en el desempeño de sus funciones, como elemento indispensable para el desarrollo institucional.

1.5.2 Importancia

Apoya a mejorar la investigación, contactándonos con la realidad a fin de conocerla en forma más profunda y mejor. Lo que permite desarrollar en forma creciente los aportes a la solución de problemas, así como al análisis crítico de la teoría empleada. Ortiz, E. y Bernal. M. (1997).

Los resultados de esta investigación permiten, por un lado, determinar si verdaderamente vienen empleando técnicas y procedimientos apropiados para los distintos procesos del servicio de comedor para los trabajadores usuarios; y por otra parte, se hacen conocer a este sector la importancia que tiene de trabajar con planificación, evaluación y mejora continua de un servicio de calidad, aspectos que van a contribuir en la satisfacción de la población usuaria, así como la forma en que redunda en la forma del servicio que se vende a los clientes.

1.6 Factibilidad de la Investigación

Es importante tener en cuenta otro aspecto crucial en la formulación de la problemática: La realidad de viabilidad de la investigación. A fin de lograrlo, se debe contar con la disponibilidad de los recursos tanto materiales y humanos que determinaron el alcance final de la investigación. Rojas, R. (2002).

El director general del área de nutrición, los coordinadores de turno, el apoyo y la disposición de los usuarios del comedor permitieron la realización de la investigación. El investigador es un empleado de la institución y del área con más de 10 años de experiencia, lo que es otro beneficio. Los instrumentos metodológicos utilizados en la investigación actual fueron probados y ampliamente utilizados en estudios previos que incluyeron las variables mencionadas. El coeficiente Alfa de Cronbach, un indicador de la confiabilidad del servicio y la satisfacción de los usuarios se utilizó para evaluarlo. Cronbach, L.J. (1951).

1.7 Limitaciones del estudio

En este trabajo de investigación no se presentaron mayores dificultades que impidieran su ejecución.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la investigación

El compromiso de la administración con la nutrición además de la calidad, es una de las funciones mas relevantes en el proceso de los servicios de alimentos, donde la meta de la gestión esta enfocada en brindar servicios de calidad y satisfacción que contribuyan a los clientes o usuarios para lograr la satisfacción en función de una salud adecuada.

Para realizar esta investigación se ha buscado tanto en las Facultades, así como también en la Biblioteca Central, en la Escuela de Posgrado de la Universidad Alas Peruanas y bibliotecas virtuales, donde se encontraron los siguientes trabajos:

2.1.1 Antecedentes internacionales

López, D. (2018) Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Ecuador. Para optar el Grado Académico de Magister en Administración de Empresas. Llegando a las siguientes conclusiones:

El presente estudio tiene como objetivo investigar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's en la ciudad de Guayaquil. Actualmente, el número de restaurantes ha aumentado, desarrollando un mercado mas competitivo y exigente. Ocasionando que las organizaciones deben mantener una permanente calidad en los servicios ofertados para tener seguridad de que los clientes estén satisfechos con la empresa. El propósito fue establecer la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios entre sí. La investigación utilizó un enfoque mixto y se utilizó un modelo Servqual para la recolección de datos cuantitativos. Los resultados fueron los siguientes: una no satisfacción con los aspectos de la pronta respuesta y la empatía. Población: 156 clientes. Se demostró que existe una correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Para obtener un mayor conocimiento de las variables de estudio, se utilizaron entrevistas a profundidad en la investigación cualitativa. Se demostró que la empresa no había brindado capacitación ni motivación al personal. Para obtener una ventaja competitiva dentro de la empresa, se recomiendan la implementación de capacitación y calidad para el personal de servicio una vez identificados los resultados, de esta forma se propone la capacitación en estrategias de mejora de la calidad para el personal de servicio a fin de fomentar en la organización la ventaja competitiva.

Sánchez, A. (2017) Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa. Universidad Rafael Landívar. México. Llegando a las siguientes conclusiones:

Las relaciones comerciales de cualquier empresa dependen de la calidad del servicio al cliente. Cuando las percepciones del cliente sobre un servicio superan las expectativas después de recibirlo, esta calidad del servicio está relacionada con la satisfacción de las expectativas del cliente. La presente investigación es de diseño descriptiva transversal, con el Objetivo: Evaluar la calidad e el servicio al cliente. El método ServQual se utilizó para evaluar la calidad del servicio y

descubrir sesgos de no satisfacción basándose en los resultados de la percepción y la expectativa. Mediante una prueba evaluativa de 360 aplicado a los trabajadores y plana ejecutiva para conocer sus percepciones. Donde se estudiaron las respuestas relacionadas a la calidad recibida y la no satisfacción. Considerándose las dimensiones de Servqual. El estudio contó con una población de 70 clientes, 14 trabajadores y 4 directivos y una muestra de 88 de ellos. El cuestionario fue 22 preguntas tanto para las percepciones como para las expectativas. Los resultados consideran una caracterización de los clientes, permitiendo la frecuencia, procedencia y medios de publicidad. El índice de calidad fue de -0.18 en el cual las expectativas no superan las percepciones, concluyendo que no existe calidad en el servicio. Asimismo, los sesgos de no satisfacción son negativa. En el estudio de análisis de 360 grados se encontraron discrepancias de los colaboradores versus directivos en la percepción de las expectativas de los usuarios, determinando que los directivos no tienen conocimiento de las necesidades de sus clientes.

Peñuñuri-Armenta, Alba, Guzmán-Jáuregui, Ayde, Carrillo-Armenta, Ricardo y Velasco-Cepeda, Raquel /2016). Percepción de la calidad del servicio de un comedor estudiantil universitario. Instituto Tecnológico de Sonora(ITSON) Cd. Obregón Sonora México. Llegando a las siguientes conclusiones:

El ITSON atiende las necesidades de alimentación de sus alumnos mediante sus comedores y cafeterías. Para obtener información se estableció un diseño descriptivo transversal. Se formulo como pregunta general Cual es la percepción de los alumnos sobre el servicio brindado por un comedor universitario. Como objetivo se planteó establecer la percepción de los alumnos sobre la calidad del servicio otorgado por un comedor universitario. La población estuvo conformada por 28 estudiantes de la unidad de la ciudad de Obregon. Se empleo un cuestionario de 18 preguntas. Se proceso mediante el propuesto por Münch y Sandoval (2006). Se obtuvo resultados del 48 por ciento que percibieron un servicio bueno, el 37 por ciento de normal, el 11 por ciento muy bueno, el cuatro por ciento malo y solo un estudiante lo consideró como malo. Como conclusiones se determinó que la calidad de servicio dada por el comedor estudiantes es buena.

Como recomendaciones se indica el capacitar a los trabajadores, mejorar la atención tanto en la venta como en la entrega del servicio y analizar el proceso total en sí.

Ramos, I. (2016) en su investigación Evaluación de la calidad de servicio en los comedores ubicados en el malecón de la Playa de Ayangue, Parroquia Coloche, provincia de Santa Elena, año 2016.

Ayangue está ubicado en la costa a 39 km de Santa Elena, y recepciona en forma diaria turistas nacionales y extranjeros que eligen esta atractiva playa y su gastronomía, donde los servicios de los restaurantes no están interesados en brindar un buen servicio, lo que da como resultado que los turistas no estén satisfechos con su visita a este balneario; Se empleo como técnica la observación, entrevistas y encuestas a 227 turistas a fin de saber su opinión sobre el servicio y la atención así como sobre su conformidad de estadía y gastronomía. Debido a que Ayangue no cuenta con infraestructura de restaurante que permitan una calidad de atención.

Arteaga, E. y Parra, C. (2020) en su investigación acreditación hospitalaria y satisfacción de usuarios: pilares de la gestión de calidad en hospitales públicos en Manabi.

El propósito fue evaluar la forma en que el proceso de acreditación incide en la atención del servicio al cliente en organizaciones del ámbito de salud pública..

La metodología empleo la encuesta y la evaluación mediante preguntas, quejas, sugerencias y felicitaciones, permitieron monitorear en forma continua la no satisfacción de los clientes y la solución de dichas acciones.

Los resultados indican que la calidad hospitalaria tuvo mejora con el proceso de acreditación, así como fue elevada la satisfacción de los clientes con relación a los servicios que reciben. Como conclusión indica que el proceso de acreditación permitió un mejor nivel de satisfacción del cliente, así mejora la calidad hospitalaria, así como el área gerencial y la parte administrativa inciden en los procesos de acreditación del hospital.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Sandoval, F. (2018) El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro. Para optar el título de Maestría en Ciencias Gastronómicas en la Universidad SMP, llegando a las siguientes conclusiones:

El propósito: Establecer la asociación de un sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el Restaurant El Gourmet Urbano. Tuvo un enfoque cuantitativo, de nivel correlacional, diseño no experimental y transeccional. La población la conformaron 116 colaboradores y la muestra probabilística de 89 colaboradores y comensales. Se empleó la encuesta como técnica y como instrumento el cuestionario. La validación fue mediante expertos y la confiabilidad con un resultado de 0,88 y 0,85 para cada instrumento según el Alfa de Cronbach. La conclusión fue que el sistema de gestión de calidad no usado disminuye la atención al cliente.

Apaza, M. (2018) Calidad de servicio con relación a la satisfacción de los comensales del comedor universitario de la universidad nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017. Para optar el Grado de Magister en Ciencias de la Nutrición, en la Universidad Nacional del Altiplano. Puno. Llegando a las siguientes conclusiones:

En el mundo actual, la calidad del servicio se convierte en uno de los factores más importantes que determinan la competitividad de una empresa. Las empresas saben que brindar un servicio de alta calidad es esencial para poder subsistir en un alto mercado actual competitivo, a fin de ofertar calidad es indispensable. El trabajo fue de diseño correlacional, el propósito fue establecer la asociación entre la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del comedor universitario, el tipo fue descriptivo correlacional transeccional. El muestreo fue estratificado, asimismo se realizó un análisis sistemático relacionado a la evaluación de la calidad de servicio mediante un cuestionario con escala SERQUAL. Los resultados la calidad en la sede de Ccoyahuacho fue buena con un 39 por ciento,

regular en un 50 por ciento y 11 por ciento mala; en la sede Santa Rosa fue buena en un 34 por ciento, regular con un 57 por ciento y mala con un 9 por ciento. En relación a la satisfacción de los usuarios en la sede de Ccoyahuacho el 77 por ciento fue de nivel medio, 20 por ciento alto y el 3 por ciento baja. Mediante la correlación de Pearson el resultado indico que existe relación significativa con un $r=0,763$ de la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los comensales en el comedor universitario, esto en función de la política de garantizar condiciones adecuadas para los estudiantes universitarios. A fin de generar bienestar en su desarrollo profesional.

Cevallos, J. (2016) Medición de la calidad del servicio de un comedor universitario utilizando SERVQUAL y desarrollo de un modelo de ecuaciones estructurales, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, para optar el título de Ingeniero Industrial. Llegando a las siguientes conclusiones:

El propósito fue dimensionar la calidad y diseñar un modelo de calidad de servicio mediante el uso de ecuaciones estructurales. Se aplicó un cuestionario SERVQUAL de 22 items aplicada a una muestra. Luego se aplica el Análisis Factorial Exploratorio a fin de determinar las dimensiones de la calidad y luego el Análisis Factorial Confirmatorio determinando las relaciones entre las variables y dimensiones. Finalmente, el modelo de ecuaciones estructurales para determinar la relación entre las dimensiones, las conclusiones es que se cuenta con un modelo para mediar la calidad del servicio mediante SERVQUAL en base a ecuaciones estructurales.

Ugarte, W. (2021) en su investigación Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

El objetivo principal de la investigación fue estimar la asociación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes del comedor universitario. La metodología es teórica, de diseño no experimental, correlacional y transversal. Para relacionar la variable calidad de servicio con la satisfacción, el nivel de investigación es descriptivo correlacional. La investigación tiene validez y

confiabilidad. Además, después de la realización de la investigación, el uso de herramientas y el cálculo estadístico, se llegó a la determinación de que existe una relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes del comedor universitario en la UNMSM.

Chique, E. (2021) en su investigación Clima organizacional y satisfacción del usuario en el comedor popular infantil Candelaria Herrera en la ciudad de Puno-2019.

El propósito fue establecer la asociación entre el clima organizacional y la satisfacción del usuario, de enfoque cuantitativo, descriptiva correlaciona, no experimental transeccional y hipotético deductivo. Con una muestra de 50 social del comedor u una muestra censal no probabilística. Los resultados indican que las dimensiones del clima organizacional incluyen las relaciones interpersonales, recompensas y valores tiene una relación significativa moderada del 0,644 con la satisfacción. Asimismo, el 54 por ciento de socias indica que existe un clima organizacional de nivel medio y el 62 por ciento de usuarios indica un nivel medio de satisfacción.

2.2 Bases teóricas o Científicas

2.2.1 Definición de la variable Sistema de Calidad

Concepto de calidad

La palabra calidad proviene del latín qualitas, asimismo, los griegos la usaron como Πολότης (poliotes) con igual significado de qualitas, que indicaba qué clase de objeto es. Uno de los primeros en aportar al concepto de calidad es Crosby (1987) quien señaló que la calidad es: “hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos”. Se consideran las bases teóricas de: Dr. W. Edwards Deming, Dr. Joseph M. Juran, Dr. Kaoru Ishikawa y Dr. Genichi Taguchi. Crosby, P. (1980).

Para William Edwards Deming (1986): “Calidad es satisfacción del cliente” y en la cual se enfocó en establecer acciones para satisfacer al cliente porque sus

requerimientos cambiaban en forma continua. Deming se enfocaba en la mejora continua de la calidad, centrada en el cliente. Deming, W. (1986)

Πολότης Πολότης La Calidad es para Kaoru Ishikawa (1989): “

Laborar sobre calidad enfoca diseñar, elaborar y ofertar un bien o servicio que sea de utilidad, económico y de carácter satisfactorio para el cliente. Aquí se enfoca que elaborar, diseñar o producir está establecido en la producción y se omite otras etapas del ciclo de vida del producto, por lo cual debe emplear con un adecuado diseño del tiene o servicio a fin de cumplir con la necesidades de uso y fabricación del o los productos. Además, es necesario no solo crear y fabricar productos de alta calidad, sino también brindar a los clientes estos productos de manera adecuada para que sean de utilidad en el tiempo estipulado de uso. Lo mas económico posible, en la cual se enfoque en los costos de calidad, no producirse a cualquier precio donde se equilibre el valor de la calidad con los costos adecuados para comprarla y sea competitivo finalmente de satisfacción para el cliente, la cual depende de la necesidad y expectativa de este, don de esta frase impacte en el rol del cliente como fin principal para un programa de calidad. Ishikawa, K. (1994).

La Calidad según Genichi Taguchi (1989) quien establece que: La calidad de un bien o servicio es aquella mínima perdida dada por la sociedad durante la vida de dicho bien o servicio. La perdida de la sociedad equilibrada con la pérdida de la empresa en el largo plazo. Así los japoneses se enfocan en la uniformidad del bien o servicio según valor nominal y calidad reduciendo la variación, mientras que los occidentales se preocupan por que los bienes o servicios cumplan las especificaciones. Ahumada, C. (2018).

El Dr. Joseph Juran (1990) define la Calidad como (1) rendimiento del bien o servicio y brinda como resultado satisfacción del cliente; (2) libertad de deficiencias en el producto, que no permite la falta de satisfacción del cliente", lo que se resume como "adecuación para el uso".

La cual se concepciona en 4 elementos, tales como calidad del diseño, conformidad de las características, disponibilidad y servicio en el lugar. Asimismo, las reglas de Juran se dan en 3 procesos tales como la planeación de

establecer la calidad, el control de la calidad durante el proceso y finalmente establecer mejoras a fin de fijar un rendimiento sin precedentes. Gryna, F. Chua, R. DeFeo, J. Pantoja, J, (2007).

Concepto de servicio de calidad

Con respecto a esta variable, podemos destacar que la percepción de los usuarios sobre el bien o servicio que reciben es el factor que contribuye a determinar la posición de una empresa a largo plazo. Por lo tanto, es obvio que la organización debe prever la satisfacción completa o plenas de las demandas y expectativas de los usuarios y brindarle un servicio de alta calidad. García, L. (2015).

Por lo que si se satisface la expectativa de los usuarios es relevante como se ha indicado, brindar los datos e información correcta sobre los usuarios la cual incluya diversas características en función a sus necesidades, así como las especificaciones en las que se fijan para definir la calidad que reciben. García, L. (2015).

Por lo tanto, la calidad, y en particular la calidad del servicio, en la actualidad es el requisito básico para que las organizaciones realicen la competitividad a nivel del orbe, ya esta tiene influencias beneficiosas para todas las organizaciones que desarrollan estos procesos, tanto en el corto como en el largo plazo. Ortiz, M. (2015)

De acuerdo con la Norma ISO 9001:2015, el Sistema de calidad o Gestión de Calidad como: Son aquellas actividades, acciones disposición de medidas enfocadas a los procesos de mejoras continua tanto de la parte interna de una empresa, teniendo como premisas el incremento de los niveles de satisfacción de un segmento de usuarios. Siendo esta definición la más aceptada y la que recoge el proceso evolutivo del concepto en el campo empresarial. Álvarez, J. Álvarez, I. Bullón, J, (2006).

Sistema de calidad mediante el modelo PPHVA

En el presente siglo 21 se presentan desafíos enfocados en el aspecto de competitividad en forma continua, por lo que las empresas se ven en la necesidad de elevar los esfuerzos para lograr ser más competitivas a diario.

Todas las empresas deben luchar para sobrevivir en los mercados en los que operan porque la competencia ha alcanzado niveles significativos. En este contexto, es esencial concentrar toda la atención en la mejora continua.

En la mayoría de las empresas los procedimientos procesos y planes se proyectan en forma plana vale decir desde un inicio y final, en los que se espera un consecutivo logro de objetivos planificados. Sin embargo, esta práctica ha sido abandonada y requiere un cambio en el pensamiento y la práctica.

El término "Kaizen" proviene del japonés y significa "cambio" y "mejora". La planificación y la filosofía de una organización deberían incluir la mejora continua. Es importante que la alta dirección se tome en serio la situación y tenga la intención de mejorar en todos los aspectos, tanto personales como profesionales, así como en la propia organización. Suarez, M, (2007).

Al hablar de mejora continua, nos referimos a la implementación de fases que ayudan a mejorar en los diversos ámbitos de la vida humana. Como es una fase, el procedimiento o plan no se acaba con la obtención de un objetivo dado; en cambio comienza un nuevo desafío para el encargado del plan o proyecto y asimismo para toda la empresa. Con esta técnica, se pueden encontrar oportunidades de mejora y se utilizan métodos más sencillos y efectivos, lo que permite reducir costos, eliminar desechos y mejorar la calidad de bienes y servicios. Isotools (2016).

W. Edward Deming (1950), el modelo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar) Este ciclo, conocido tanto como el PHVA como el ciclo Deming debido a su autor, es dinámico y se puede utilizar en procesos y proyectos organizativos. Esta herramienta se usa fácilmente y, si se usa correctamente, brinda en gran medida para llevar a cabo la ejecución de las diversas tareas en forma más estable y organizada con un resultado eficiente y eficaz. Castillo, L. (2019).

La filosofía establecida por el modelo PHVA proporciona una guía fundamental para la gestión de procesos y proyectos, así como la estructura fundamental de un sistema. El modelo Deming permite a la empresa planificar, establecer objetivos, establecer métodos para lograrlos y establecer indicadores para determinar si se han alcanzado. Ramos, F. (2017)

Después de esto, la empresa implementa y lleva a cabo sus operaciones enfocándose en los procedimientos, las características de los usuarios y las normas técnicas vigentes, asimismo se debe llevar el monitoreo y control de la calidad normada de los diversos bienes y servicios, así como el desarrollo de los procesos esenciales. Después de completar el ciclo y obtener los resultados deseados, comenzamos de nuevo el ciclo PHVA con una nueva planificación que nos permite ajustar la política y las metas y objetivos de calidad y ajustar los procesos de la organización a la situación actual del mercado. ESAN (2016).

Para Pardo, S. (1993): “La filosofía que subyace a la mejora continua es de todos sabida, la fase de la mejora continua PHVA. Según esa fase se enfoca en la parte del pensamiento lógico, donde al tener diversas iniciativas esta debe planificarse en forma adecuada, llevar a cabo según lo planeado, posteriormente medir sus acciones y de acuerdo a los resultados obtenidos, variar lo necesario para su desarrollo posterior y nuevamente iniciar”. ISO 9001 (2015)

El modelo PHVA es de suma relevancia, ya que es la base esencial de diversas técnicas de administración y gestión tanto de proceso, de planes o proyectos, cuadro de mando integral. En el diseño de la parte de sistemas de gestión normalizados 8 sistemas de administración de la calidad, de la calidad ambiental, de información, Seis sigma, sistema de gestión de la seguridad y salud en la labores, etc.). ISO 9001 (2015).

W, Edwards Deming, juega un papel destacado en el desplazamiento a la calidad se debe principalmente a su perspectiva visionaria sobre la responsabilidad de la administración y a la influencia que tuvo en el movimiento japonés hacia la calidad. Koontz, H. Weihrich, H. Cannice, M. (2012)

En 1985 Deming, hizo una revisión a su obra y la denominó “La salida a la crisis”, entre sus aportaciones cabe destacar: “Las 14 obligaciones de la gerencia”: Deming (2017)

1.Elaborar evidencia en el objetivo de mejorar el bien y el servicio.

2.Implantar una nueva filosofía.

3. Dejar de lado la dependencia de la inspección para llevar a cabo la mejora de la calidad
4. Finalizar la práctica de realizar negocios en base a los precios.
5. Llevar a cabo mejorar en el sistema de la producción y del servicio.
6. Llevar a cabo la implementación de la formación.
7. Adherirse y llevar a cabo la implementación del liderazgo
8. Deshacerse del miedo
9. Llevar a cabo la superación de los problemas en todas las áreas y departamentos.
10. Deshacerse de los slogans, reiteraciones para alcanzar metas para la parte operativa.
11. Llevar a cabo la eliminación en la normativa laboral las cuotas numéricas.
12. Superar los límites y obstáculos que impidan el orgullo de los colaboradores en sus labores.
13. Promover la parte educativa y la autoestima
14. Llevar a cabo la acción para alcanzar la transformación.

En conclusión, la implementación de esta programación permite realizar cambios significativos de la cultura organizacional. Estos cambios incluyen cambios de la asignación de responsabilidades, modificación de incentivos, eliminación de objetivos numéricos, cambios en la política hacia los proveedores, etc. A la difusión del ciclo PHVA, Shewhart lo denominó “Círculo de Deming”, como el procedimiento del método básico que permite tener seguridad de las actividades principales para el mejoramiento respectivo.

2.2.2 Dimensiones del Sistema de Calidad

A continuación, Deming (1985) explica cada una de ellas, el ciclo PHVA se describe:

2.2.2.1 Planear

El ciclo PHVA requiere un proyecto bien diseñado para evitar fallas y ahorrar tiempo. Llevar a cabo el planeamiento según la visión misión y valores establecidos en la organización, determinando metas y objetivos determinando la mejor manera de lograrlos. En esta etapa, se debe realizar un diagnóstico para determinar la situación actual, luego se crean teorías de solución y finalmente se crea un plan de trabajo.

2.2.2.2 Hacer

Luego de un planeamiento detallado, llevarla a la práctica, vale decir no omitir las fases ni realizar improvisaciones para evitar poner en riesgo el ciclo PHVA. Al llevar a cabo la realización dividirla en 3 fases tales como la formación de los colaboradores y plana ejecutiva del plan, la recolección de datos e información para su evaluación en forma posterior.

2.2.2.3 Verificar

Es la fase de PHVA en la que se determinan los sesgos potenciales del proyecto. Al final de la ejecución, los datos recolectados y el mapeo de procesos se utilizan para medir la obtención de la ver el cumplimiento de los resultados de las metas los objetivos obtenidos. Es posible y se recomienda llevar a cabo la comprobación de dos maneras: simultáneamente a la ejecución, para garantizar que el trabajo se está realizando correctamente, y finalmente, sea empleado para la realización de una evaluación más específica que facilite la adaptación o disposiciones más adecuadas.

2.2.2.4 Actuar

Finalmente la etapa, en la que se disponen las medidas correctivas para mejorar constantemente el proyecto. Es tanto el final como el principio porque todo el ciclo PHVA se vuelve a realizar con nuevas directrices y parámetros, volver a planificar para comenzar el ciclo de mejora continua.

2.2.3 Definición de la variable Satisfacción

Concepto de satisfacción

La palabra satisfacción viene del latín Satisfactio, que significa: acción y efecto de hacer lo necesario. La satisfacción es el resultado de un proceso que comienza en el sujeto concreto y real y culmina en él. Por lo tanto, es un fenómeno esencialmente subjetivo, desde su naturaleza hasta la propia medición e interpretación de su presencia o ausencia. Sin embargo, para que exista satisfacción o insatisfacción, como algo sentido en un sujeto, muchas veces debe haber al menos una intención en otro de tomar una acción que conduzca a un determinado resultado considerado positivo o negativo, como "satisfactorio" o no. Zas (2002) mencionado por Velandia (2007). Velandia, F. Ardón, N, Jara, M. (2007)

Evolución cronológica del concepto de satisfacción

AUTORES	DEFINICIÓN	CRITERIO	OBJETO	FASE
Howard y Sheth(1969)	Percepción de conocimiento causado por la suficiente o poca retribución receptionada por la inversión hecha.	Estado del conocimiento	Adaptación o no de la retribución a la inversión realizada.	Al final del consumo .
Hunt (1977)	Análisis evaluativo de una actividad experencial de consumo es tan buena como se demandaba	Análisis evaluativo de una experiencia	Evaluar la experiencia si se halla a lo esperado o supera la expectativa	En el proceso de consumo
Oliver (1980-1981)	Situación psicológica que surge al tener la sensación al tener discrepancia de la expectativa versus la parte sentimental previa en la experiencia de consumo	El estándar inicial en cuanto a las expectativas proporciona la parte evaluativa, psicológica y respuesta de las emociones	Disonancia entre el rendimiento percibido y la expectativa, evaluando la sorpresa interna a la experiencia de la adquisición o compra .	En el proceso de adquisición o consumo.

Churchill y Surprenant (1982)	Reaccion del consumidor a la adquisición de bienes o servicios que surge al comparar los costos de compra y las recompensas con respecto a sus consecuencias anticipadas.	Resultado o Actitud.	Diferencias y similitudes de los costos, recompensas en los resultados esperados de la adquisición.	Luego de la compra y su consumo.
Swam, Trawick y Carroll (1982)	Evaluación de juicio de valor o conocimiento en el análisis del bien o servicio	Juicio o evaluación	Resultados del producto	Durante o después del consumo
	Observa un producto bueno o malo, o si es reemplazable o insustituible. Respuestas sentimentales al producto	Total determinado por respuestas de afecto y de conocimiento		
Westbrook y Reilly(1983)	La reacción emocional es el resultado de un proceso de evaluación del conocimiento en las que las percepciones sobre un bien o servicio se comparan con sus gustos o preferencias.	Respuesta	Comparaciones de una persona en función a un bien o servicio según sus necesidades o gustos	Posterior a la adquisición.
Cadotte, Woodruff y Jenkis (1987)	La sensación se formó después de evaluar una experiencia de uso	Sensación causada por la evaluación	Experiencia de uso	Luego de su consumo
Tse, Nicosia y Wilton (1990)	La reacción del usuario a la discrepancia de los percibido y el resultado después de su uso, análisis de dimensiones y de carácter dinámico.	A lo largo del tiempo, interactúan con actividades	Diferencias entre lo percibido y la expectativa del bien o servicio	Luego de su consumo

		mentales y conductuales. Resultante de la revisión Evaluación de conclusiones		
Westbrook y Oliver(1991)	evaluación posterior a la determinación de una adquisición dada.	Evaluación de juicios	Determinación de adquisición dada	Luego a la selección
Mano y Oliver (1993)	Respuesta del consumidor relacionado después de la compra de un bien o servicio	Reacción cognitiva y afectiva	Reacción dada a factores de conocimiento y afectación	Luego del consumo
Halstead, Hartman y Shmidt (1994)	La comparación del resultado del producto con un estándar establecido antes de la compra provoca una respuesta afectiva relacionada con una transacción particular	Respuesta afectiva	Reacción del bien en comparación con un promedio previo a la adquisición	Durante o después de la compra
Oliver (1996)	Evaluación luego de consumo de un bien o servicio	reacción de evaluación de la realización	Bien o servicio	Durante el consumo

FUENTE: *Morales y Hernández (2007), mencionados por Velandia, F.; Ardón, N.; Jara, M. (2007, 146)*

De acuerdo con Zas (2002) una referencia semántica permite encontrar como conceptualización de satisfacción; aquella acción que poder satisfacer, el gusto, el placer. Es decir, llevar a cabo la realización del deseo o gusto. Es la acción en la que se atiende a una solicitud. También se considera como desembolsar un pago de lo que se adeuda, es poner quieto, saciar, brindar solución, cumplimiento, llenado, gusto, agradar a alguien. Persuadir o poner quieto mediante una acción eficaz. Estas en conformidad con algo o alguien. Donde estar satisfecho es cumplir con 3 motivos la cual es siempre respecto a alguna cosa o persona, está relacionado

con un desembolso de lo que se demande y finalmente del efecto que se demande. Zas, B. (2002).

Satisfacción del Usuario

Es aquella que se conoce o percibe como aquel nivel del estado de ánimo de alguien en las que se hace la comparación entre el rendimiento percibido y sus expectativas sobre un bien o servicio. Kotler, P. & Armstrong, G. (2003).

Según la Norma ISO 9000/2005 define la satisfacción del cliente como la aquel nivel de percepción de un usuario o cliente sobre el nivel en que se ha obtenido sus especificaciones, esto es que, al recibir un servicio de parte de una empresa determinada, es receptor en nivel mayor del cumplimiento de las dimensiones y propósitos ofrecidos, para alcanzar su bienestar en un ambiente saludable. Pérez, J. (2017).

2.2.4 Dimensiones de satisfacción del usuario

Según: Thompson A. y Suñol, R. (1996) esta considera tres elementos los cuales son:

a. Rendimiento percibido:

Se enfoca al desempeño recibido (en términos de entrega de la valoración) en la que el usuario percipiona haber recibido luego de adquirir el bien o servicio. Dicho en otra forma es el resultado final que el usuario determina mediante su percepción del bien o servicio que adquirió. Donde el rendimiento que ha percibido contine estas especificaciones:

- Se elabora en función del cliente y no de la empresa que lo oferta.
- Se determinan en relación a los resultados o valor que recibe del bien o servicio.
- Esta determinado por la percepción del cliente y no específicamente por la calidad.
- Esta expuesto a los puntos de vista de otros agentes que influyen en el cliente.

El estado de ánimo influye en su percepción. Dado su complejidad, el "rendimiento percibido" puede determinarse después de una investigación

exhaustiva que comienza y termina en el "cliente". Teniendo en cuenta los siguientes indicadores:

- El personal siempre está dispuesto a la atención y ayuda
- La higiene y presentación del personal
- La sazón de los alimentos
- La calidad de los alimentos
- La higiene de las mesas
- Las porciones de la comida
- Presentación de los platos
- Temperatura de los alimentos
- Variedad del menú
- Variedad de bebidas

b. Las expectativas:

Son las "esperanzas" que tienen los usuarios de obtener algo. Las expectativas de los usuarios se generan como resultado de una o más de estas cuatro circunstancias:

- Las promesas explícitas de servicio que una organización hace a sus clientes se denominan promesas de servicio explícitas.

- Las promesas implícitas del servicio son ideas que están relacionadas con el servicio, pero no son explícitas.

- La comunicación boca-oreja goza de gran credibilidad porque se considera una fuente de información imparcial.

-Experiencia previa: significa que ya ha tenido una exposición previa. Debido al conocimiento adquirido, las expectativas suelen ser más realistas. Las expectativas son básicas o diferenciadas.

-Las expectativas básicas son simplemente lo que hay que hacer para obtener calidad, como que una mesa tenga una base estable, o que una empresa aérea sea segura o puntual, una vez que se ha convertido en una expectativa normal.

-Las expectativas diferenciadas son aquellas que cuando se cumplen hacen que los clientes se sientan especiales, especialmente cuando se les reconoce como personas individuales. La empresa debe enfocarse en determinar el nivel adecuado de expectativas en este aspecto. Por ejemplo, al tener bajas expectativas, no atraerán suficientes usuarios; sin embargo, si son demasiado altas, los clientes podrían quedar decepcionados después de la compra. Un detalle interesante sobre este tema es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre indica una disminución en la calidad de los productos o servicios; en cambio, a menudo es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente, lo que se debe a las actividades de marketing (fundamentalmente esta los medios de publicidad y las ventas personales). En todo caso, se recomienda realizar monitoreos en forma regular, así como las expectativas de los usuarios para establecer:

-Si se encuentran dentro de lo que la organización o empresa les proporciona.

-Si se encuentran al mismo nivel, debajo o arriba de las expectativas que brinda la competencia.

-Si tienen coincidencias con lo que los usuarios en promedio esperan para decir a comprar. Teniendo en cuenta los siguientes indicadores:

- Rapidez en la atención
- Las instalaciones son limpias y visualmente agradables
- Cumplimiento del horario
- Ventilación del comedor
- Ambientación (mantelería)
- La decoración del comedor
- Cuenta con mobiliario y equipo moderno
- El menú es publicado al ingreso del local
- Los menús son publicitados y se cumple
- Siento seguridad en el consumo de los alimentos

c. Los niveles de satisfacción:

Los usuarios experimentan 3 grados de satisfacción posterior a la demanda o compra de un bien o servicio:

-Insatisfacción: Se lleva a cabo si el valor percibido por el bien o servicio no llega a alcanzar las expectativas del usuario.

-Satisfacción: Se lleva a cabo cuando el valor percibido por bien o servicio se encuentra alineado a las expectativas del usuario.

-Complacencia: Se lleva a cabo cuando la percepción del resultado percibido va más allá de las expectativas esperadas por el usuario. Donde esta delimitada por el grado de satisfacción y se determina el nivel de lealtad hacia una determinada marca u organización, por ejemplo:

Un usuario no satisfecho optará por cambiar de marca, fabricante o proveedor en forma inmediata (lo que se denomina deslealtad ocasionada por la empresa). En cambio, el cliente satisfecho mantendrá su lealtad; y esta delimitada hasta que otro proveedor le brinda una mejor oferta (denominada lealtad condicionada).

Por el contrario, un usuario que se halle satisfecho o complacido, mantendrá lealtad a la marca o proveedor, debido a que se encuentra una alineada afinidad que supera la inicial preferencia o lealtad condicionada. Debido a esto las organizaciones competitivas buscan en forma permanente satisfacer a los usuarios via en forma estandarizada y luego agregar valor mas de lo que ofrecieron inicialmente.

2.3 Definición de términos básicos

Comprensión del usuario

Se tiene en consideración la capacidad para entender las demandas o necesidades de los usuarios y cómo se comportan en los ambientes de servicio, lo que siempre implicará. La forma en que las personas buscan información, establecen expectativas y eligen entre varios proveedores son algunas cosas que podrían interesarte y a sus colegas. Además, se considera vigilar los momentos en que se realiza los encuentros de servicio es decir contrastarlos con la realidad en las cuales los colaboradores se enfrentan con los clientes. ¿Se están cumpliendo o no las expectativas? ¿Por lo tanto, están satisfechos o desilusionados? ¿Planean volver a

utilizar los servicios de su empresa o elegir a otro de sus competidores? (Lovelock, 2009)

Elementos de servicio cruciales. La plana gerencial determina las especificaciones de la parte fundamental del servicio, así como los componentes adicionales que participan en función del valor que los usuarios demandan así como el desempeño ofertado. Es decir, estar en permanente atención de los diversos puntos sobre el desempeño del servicio ofertado que generen valor para los clientes. (Lovelock, 2011)

Insatisfacción: Una falta de satisfacción con las expectativas como resultado, se establece que el desempeño recibido por el bien o ser vicio el usuario lo considera de nivel bajo. (Lane, 2000).

Mejora de la calidad

Es identificar y eliminar las fallas o perturbaciones persistentes para avanzar del nivel de ejecución normal a un nivel superior, ya que el desempeño normal siempre puede mejorarse. Varo, J. (1994).

Planificar

Investigar las necesidades y oportunidades existentes, para aprovecharlas y satisfacerlas, con el mejor plan, estrategias, sistemas y presupuestos; con el fin de alcanzar los objetivos organizaciones y poder cumplir con la misión de la empresa, negocio o institución. De Pablo, M. (2019).

Problema

Es el resultado de no deseable en las actividades del trabajo. El problema presentado se va solucionando en la medida que los resultados van mejorando. Gutiérrez, M. (2004).

Proceso: el conjunto de acciones o pasos que se toman para que determinados insumos interactúen entre sí y produzcan un resultado específico. Implica transformación. Gutiérrez, M. (2004).

Producto: Bienes tangibles o intangibles. Es el resultado o salida de cualquier proceso. Varo, J. (1994).

Satisfacción del cliente

Cuando el resultado percibido de un producto es igual a las expectativas del comprador. El cliente se siente descontento si el desempeño del producto no cumple con las expectativas. El comprador se siente contento o satisfecho si el desempeño cumple o supera las expectativas. Kotler, P. & Armstrong, G. (2003).

Servicio. Es aquel acto u actividad que brinda un sujeto u organización a otra persona u organización. También se relaciona a un producto tangible o físico, el desempeño es fundamentalmente no tangible y generalmente no resulta en la propiedad de ninguno de los componentes de producción. Las actividades de servicio tienen carácter de económicas que generan valor y benefician a los clientes en momentos y lugares específicos mediante el cambio deseado en o a favor del receptor del servicio. (Lovelock, 2011).

Servicio de calidad

Es una actividad en la que se brinda valor agregado en forma eficiente y oportuna en las que se oferta y brinda calidad en forma continua a fin de establecer sus actividades y procesos que lleven a generar niveles de expectativas elevadas, con el fin de alcanzar y tener en forma estable el grado de calidad del bien o servicio, según la demanda de necesidades y perfiles de los usuarios. Esto significa elevar el promedio de calidad ofertada; llámense grados o niveles de calidad, calidad de servicio, calidad de costos, producción, tiempos de descanso, representa establecer estándares más elevados. Ríos, A. (2009)

CAPITULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis General

El sistema de calidad está relacionado con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

3.2 Hipótesis Específicas

- La dimensión Planificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021
- La dimensión Hacer del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

- La dimensión Verificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021
- La dimensión Actuar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

3.3 Definición conceptual y operacional de las variables

3.3.1 Variable Independiente X: Sistema de calidad

Definición conceptual:

El concepto de Calidad ha ido evolucionando con el transcurrir del tiempo, de acuerdo con las necesidades y visiones que han interpretado cada teórico comprometido en proponer una nueva visión de la realidad, de cómo se relacionan los diversos aspectos de la sociedad y de la naturaleza. Es así que proviene de latín *qualitas*, de acuerdo con Ishikawa (1989) quien propone: consiste en laborar sobre calidad enfoca diseñar, elaborar y ofertar un bien o servicio que sea de utilidad, económico y de carácter satisfactorio para el cliente. En ese sentido, también Taguchi (1989), plantea que: “La calidad de un bien o servicio es la mínima pérdida dada a la sociedad durante la vida de dicho bien o servicio”. Asimismo, otro de los autores con el cual coincidimos plenamente, porque se relaciona con los propósitos de nuestra investigación es la de Juran (1990) quien señala: "Es el rendimiento del producto que da como resultado satisfacción del cliente”.

Es en el año 1946, en la ciudad de Nueva York, que se crea las Normas ISO (por sus siglas en inglés, International Organization for Standardization), Organización Internacional para la estandarización, con la intención de normalizar a nivel mundial los estándares industriales. Lo cual ha ido evolucionando a través de su larga experiencia. Es así que la Norma ISO 9001:2015 define el Sistema de calidad como: aquellas actividades, acciones, disposición de medidas enfocadas a los procesos de mejoras continua tanto de la parte interna de una empresa, teniendo como premisa el incremento de los niveles de satisfacción de un segmento de usuarios.

Definición operacional:

Es así que aparecen diversas propuestas, enfoques, modelos sobre el sistema de calidad, teniendo en cuenta algunos de ellos: 1) Modelo de excelencia en la gestión de Malcom Baldrige (1987) quien fuera ex secretario de comercio del gobierno de EEUU, su propuesta fue aprobada por el congreso y se le conoce como Ley Baldrige; 2) EFQM "European Foundation for Quality Management", fundada por 14 empresas europeas; 3) Modelo de la Calidad total, que se encuentra en la Norma ISO 9000 y 4) PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar), propuesto por W. Edward Deming (1950), llamado también ciclo Deming, o ciclo de mejora de la calidad, que el ISO 9001, lo menciona como la mejora continua del sistema de calidad. El servicio de calidad se medirá como: Bueno Regular y Malo.

Dimensión 1: Planificar

Indicadores:

- Conoce la misión y visión de la empresa
- Considera metas de atención mensuales
- Se trabaja con enfoque de atención al cliente
- Planifica la atención al cliente al 100%
- Se tiene en cuenta la satisfacción del cliente

Dimensión 2: Hacer

Indicadores:

- Se capacita al personal
- Se considera la especialización del personal
- Se conoce los requerimientos del cliente
- El local de la empresa se encuentra en un lugar adecuado
- El financiamiento de los productos es oportuno

Dimensión 3: Verificar

Indicadores:

- Se evalúa los desempeños del personal
- Se realizan encuestas sobre la atención

- Cuenta con buzón de sugerencias
- Se realizan evaluaciones de promoción
- El monitoreo es opinado e inopinado de manera continua

Dimensión 4: Actuar

Indicadores:

- Los clientes regresan porque se sienten satisfechos
- Contar con certificados de calidad
- Cuenta con un protocolo de atención al cliente
- Todo el personal se involucra
- La presencia del especialista es continua

3.3.2 Variable Dependiente Y: Satisfacción

Definición conceptual

La palabra satisfacción proviene del latín Satisfactio, también ha tenido diversas variaciones de acuerdo al significado de interpretación de los investigadores, es así que tenemos a Westbrook y Oliver (1991) quienes lo definen como: “Juicio evaluativo posterior a la selección de una compra”, Mano y Oliver (1993) “Respuesta del consumidor asociada posterior a la compra del producto o al servicio consumado”, Oliver (1996): “Juicio del resultado que un producto o servicio ofrece para un nivel suficiente de realización en el consumo”. Siguiendo a Zas (2002): aquella acción de poder satisfacer, el gusto, el placer. Es decir, llevar a cabo la realización del deseo o gusto. Es la acción en la que se atiende a una solicitud. También se considera como desembolsar un pago de lo que se adeuda, es poner quieto, saciar, brindar solución, cumplimiento, llenado, gusto, agradar a alguien Persuadir o poner quieto mediante una acción eficaz. Estas en conformidad con algo o alguien. Donde estar satisfecho es cumplir con 3 motivos la cual es siempre respecto a alguno cosa o persona, está relacionado con un desembolso de lo que se demande y finalmente del efecto que se demande.

Definición operacional:

Es aquella que se conoce o percibe como aquel nivel del estado de ánimo de alguien en las que se hace la comparación entre el rendimiento percibido y sus expectativas sobre un bien o servicio. (Kotler y Amstromg, 1998). Siendo los niveles de satisfacción: Insatisfacción, satisfacción y complacencia.

Dimensión 1: Rendimiento percibido Indicadores:

El personal siempre está dispuesto a la atención y ayuda

La higiene y presentación del personal

La presentación del producto

La calidad del producto

La higiene del ambiente

Dimensión 2: La expectativa

Indicadores:

Rapidez en la atención del cliente

Las instalaciones son limpias y visualmente agradables

Cumplimiento del horario

Salubridad del ambiente

Ambientación

Dimensión 3: Niveles de satisfacción

Indicadores:

Insatisfacción

Satisfacción

Complacencia

3.4 Cuadro de Operacionalización de Variables

Variable	Conceptual	Operacional	Dimensiones	Preguntas	Escala de valores
Sistema de calidad	La satisfacción del cliente es la clave de la calidad, y en su caso, se enfrentó a un desafío constante para mantener la satisfacción del cliente debido a los cambios constantes en sus necesidades. Deming se enfocaba en la continua mejora de la calidad basada en el usuario. Deming, W. (1986)	Aplicar el cuestionario a fin de obtener información sobre el sistema de calidad	Planear	1,2,3,4,5	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			Hacer	6,7,8,9,10	
			Verificar	11,12,13,14,15	
			Actuar	16,17,18,19,20	
Desarrollo sostenible del servicio	La satisfacción del usuario es el estado de ánimo de un agente o personal al compararlo percibido con sus expectativas" Kotler, P. & Armstrong, G. (2003).	Aplicación del instrumento para obtener información de la satisfacción del usuario	Rendimiento Percibido	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	
			Expectativas	11,12,13,14,15,16,17	
			Niveles de satisfacción	18,19,20	

CAPITULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Tipo y nivel de investigación

4.1.1 Tipo de investigación

- **Básica:** Según Villegas et al (2011), resaltó: Se enfoca a la problemática teórica, sustantiva y específica de esa manera describe y predice una determinada realidad, explicándola. Es decir se sustenta en forma teórica la naturaleza de la parte educativa o la forma de sustentar o elaborar la construcción de una nueva teoría relacionada a la educación. (p. 87).

4.1.2 Nivel de investigación

Descriptiva relacional: Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2016), señalaron que: es descriptiva al enfocar las características, perfiles , propiedades de agentes, grupos, comunidades, y es relacional a fin de determinar el comportamiento de la variable independiente y su influencia en la dependiente media la causa y el efecto correspondiente. (P.122).

4.2 Métodos y diseño de la investigación

4.2.1 Método de la investigación

El Método para la presente investigación será el Método Hipotético - deductivo es un método científico que considera que consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. Bernal, C. (2010).

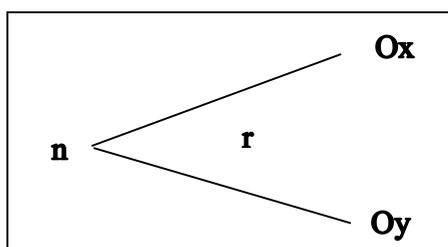
4.2.2 Diseño de la investigación

Se considerará lo tomado por Alfaro (2012) quien señaló que:

La investigación es no experimental cuando el investigador se restringe a observar los sucesos sin intervenir en ellos (p.24)

No experimental, descriptivo- relacional.

Presentación de gráfica del diseño:



Fuente: Elaboración propia

Donde:

n = Muestra

O = Observación

x = Sistema de calidad

y = Satisfacción del usuario

r = Relación entre las variables

4.3 Población y muestra de la investigación

4.3.1 Población

Según, Hernández, et al (2016), la población esta conformada por un grupo que se utiliza para llevar a cabo un estudio general y que tiene como objetivo resumir los hallazgos.

Para efectos de la investigación se delimitará como población de estudio al personal asistencial y administrativo (150) del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen - ESSALUD.

La población es la agrupación de aquellos casos que cumplen con una serie de especificaciones que se pueden estudiar y generalizar los resultados. Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2016).

Cada persona o usuario que use el servicio de comedor será la unidad de análisis. La información sobre estas personas se recopilará de los registros de empleados de dicha institución.

Tabla: Población de usuarios del comedor

Usuarios	Número
Médicos	25
Enfermeros	36
Nutricionistas	26
Técnicos	48
Administrativos	15
Total	150

FUENTE: Elaboración propia

4.3.2 Muestra

El tamaño de la muestra se calculó utilizando el método probabilístico, que, según el autor Arias (2006, p. 33), tomó en cuenta a la mayoría de la población. Se utilizó la fórmula que se detalla:

$$n = \frac{(Z)^2(PQN)}{(E)^2(N - 1) + (Z)^2PQ}$$

Dónde:

Z = Según el nivel de confianza la D.S.

E = Error

P = Probabilidad de aceptación (se asume $p = 0.5$) $Q = (1-P)$

N = Población

n = Tamaño de muestra

En las siguientes líneas se muestra el proceso para establecer la muestra: Los factores que determinan el tamaño de la muestra

$$N = 150$$

$$P = 0.50$$

$$Q = 0.50$$

$$Z = 1.96$$

$$E = 0.05$$

La determinación del tamaño óptimo de la muestra se muestra a continuación:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5) \times (0.5) \times (150)}{(0.05)^2(150 - 1) + (1.96)^2(0.5) \times (0.5)} = 108$$

Con un total de 108 usuarios según lo señalado en el cálculo anterior.

De los empleados del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen se seleccionarán aleatoriamente una muestra de usuarios de 108.

Tabla: Distribución de la muestra poblacional

Usuarios	Número	%	%*n
Médicos	25	0,17	18
Enfermeros	36	0,24	26
Nutricionistas	26	0,18	19
Técnicos	48	0,32	34
Administrativos	15	0,09	11
Total	150	1,00	108

FUENTE: Elaboración propia

4.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

4.4.1 Técnicas para la recolección de datos

La **encuesta** es una técnica que busca conocer la opinión de una parte de la población sobre un problema específico, según Arias, (2006).

4.4.2 Instrumentos

Según Hernández (2016), el cuestionario, que contiene un conjunto ordenado de componentes que nos permite tener datos e información según las dimensiones e indicadores dados en la investigación. En la investigación se consideró el empleo de 40 ítems, 20 para cada variable respectivamente.

4.4.3 Validez y confiabilidad

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2016: p.200) definen la validez del instrumento (Cuestionario) como "al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir". En este trabajo, mediante las ficha de validación de expertos se obtuvo el resultado:

Validez de instrumentos según expertos

Expertos	Sistema de calidad	Satisfacción de los usuarios
Dr. Bringas Salvador Jorge	Muy bueno	Muy Bueno
Dr. Solís Céspedes Pedro	Muy Bueno	Bueno
Dr. Ramírez Julca Máximo	Muy Bueno	Muy Bueno

Fuente: Juicio de Expertos

Resultados de Fiabilidad – Coeficiente de Alfa de Cronbach

Variables	Alfa de Cronbach	Items
Sistema de calidad	0.8085	20
Satisfacción de usuarios	0.8295	20

Fuente: Prueba piloto

Los resultados se hallan dentro del rango de 0,8 a 1, lo que indica que los instrumentos evaluados tienen una alta confiabilidad, nivel de consistencia y precisión. Por lo tanto, si las pruebas se repiten, los instrumentos medidos darán los mismos resultados.

4.4.4 Procesamiento y análisis de datos

Los datos dispersos, desordenados e individuales recolectados de la población objeto de estudio se procesan en esta parte del proceso de investigación. El propósito del procesamiento de datos es producir resultados (datos agrupados y ordenados), que se utilizarán para realizar el análisis de acuerdo con los objetivos y las hipótesis o preguntas de la investigación. Utilizaremos hojas de Excel y el programa SPSS, versión 26. Para validar, procesar y contrastar hipótesis, se utilizará el método de software SPSS v. 26.

En estadística descriptiva, los resultados se muestran en tablas de doble entrada que contienen las variables.

Estadística Analítica: Un cuestionario con 05 opciones de escala ordinal de Likert se utilizará para procesar los datos de la investigación: Siempre (5), casi siempre

(4), ocasionalmente (3), casi nunca (2), nunca (1). El análisis estadístico descriptivo se llevarán a cabo el estudio correlacional de Chi Cuadrado de Pearson.

4.4.5 Ética de la investigación

Como se trata de una investigación cuantitativa que involucra a seres humanos, se indagó entender las experiencias de los integrantes en relación al tema sobre el "Sistema de calidad y satisfacción de los usuarios", con el objetivo de proteger integralmente a los recursos humanos que integraron la investigación. El trabajo respetó el anonimato y la voluntad de los involucrados, en este caso los usuarios del comedor del servicio de nutrición del Hospital Guillermo Almenara, piso 2. La información recopilada de los instrumentos fue protegida, lo que garantiza la reserva y la privacidad de la identidad de los participantes. Recibirán información completa y detallada sobre el tipo de investigación, sus objetivos, sus métodos, sus resultados esperados y los riesgos potenciales. Por estas razones, se solicitó el consentimiento de los estudiantes para que sean encuestados y encuestados para transcribir y analizar la información recopilada. En mi papel como investigador, estoy dispuesto a resolver cualquier pregunta sobre la investigación en curso

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1 Estadística Descriptiva

5.1.1 Variable Sistema de Calidad

Tabla 1: Sistema de Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	9,3	9,3	9,3
	A veces	21	19,4	19,4	28,7
	Casi siempre	73	67,6	67,6	96,3
	Siempre	4	3,7	3,7	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

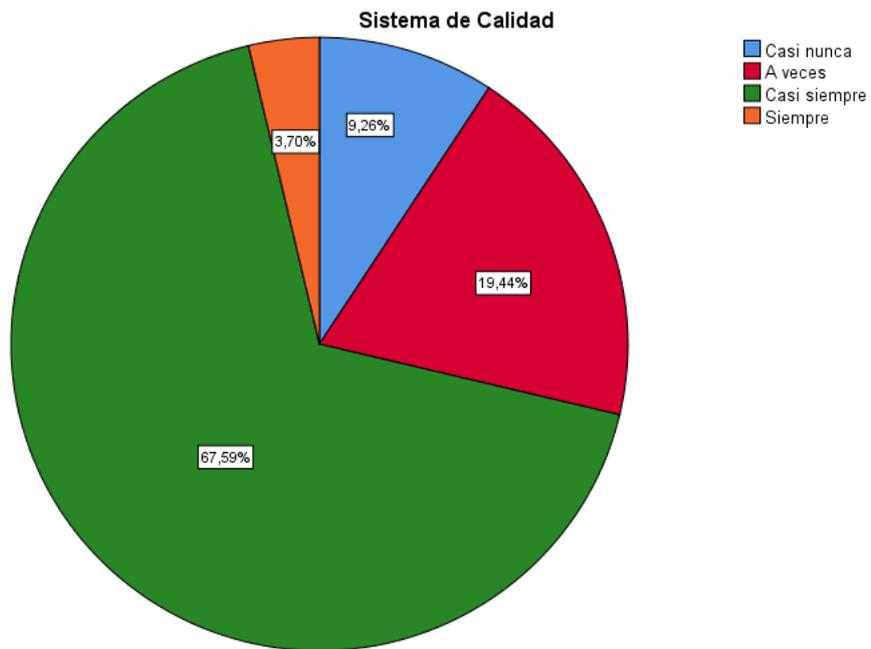


Figura 1: Sistema de calidad

Comentario: El 67.6 % de los usuarios indicó que casi siempre el sistema de calidad es adecuado y del 19.4% de a veces.

Tabla 2: D1 Planificación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	9,3	9,3	9,3
	A veces	43	39,8	39,8	49,1
	Casi siempre	42	38,9	38,9	88,0
	Siempre	13	12,0	12,0	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

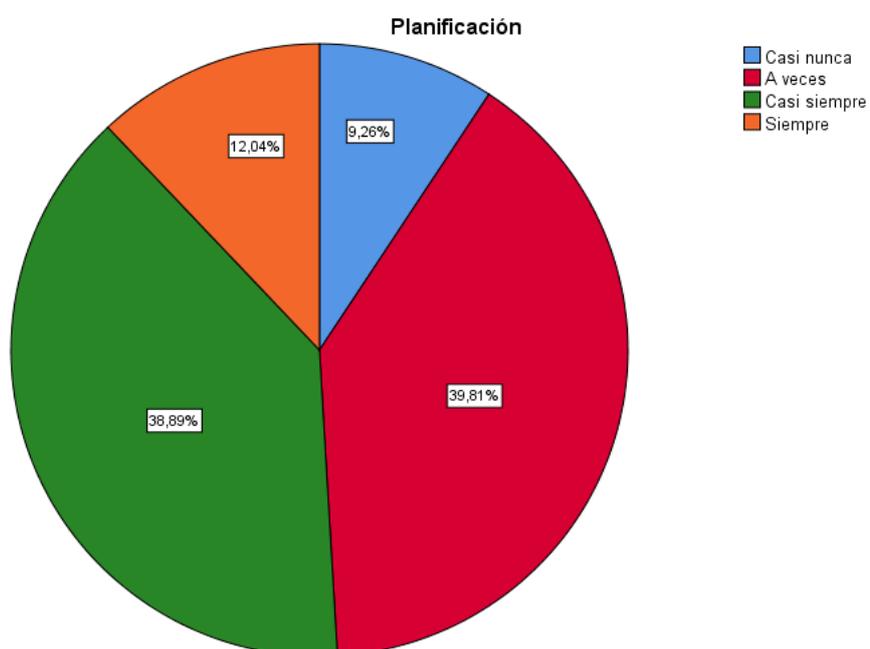


Figura 2: D1 Planificación

Comentario: El 39.8 % de los usuarios considera que a veces se realiza la planificación del sistema de calidad y del 38.9 % de casi siempre.

Tabla 3: D2 Hacer

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	12	11,1	11,1	11,1
	A veces	29	26,9	26,9	38,0
	Casi siempre	62	57,4	57,4	95,4
	Siempre	5	4,6	4,6	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

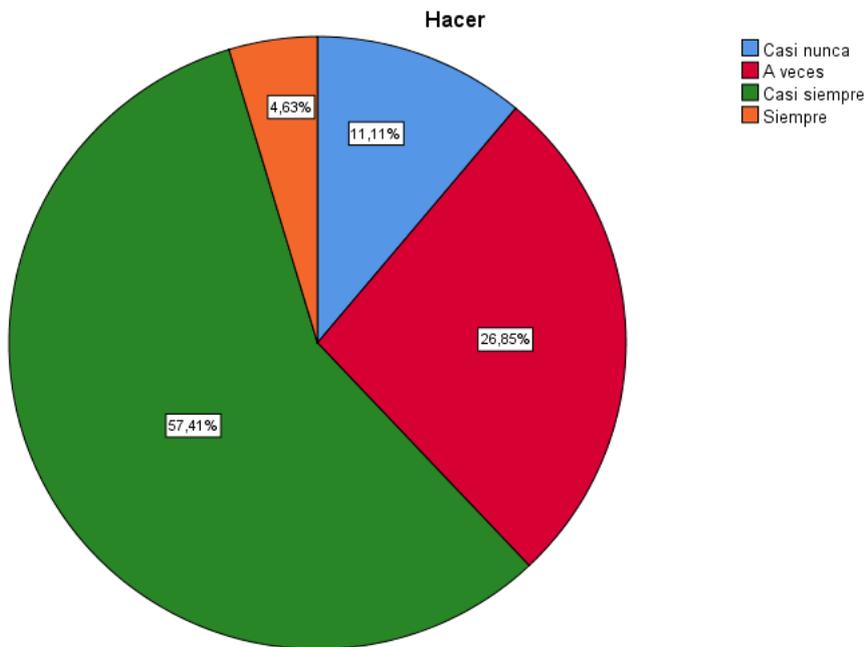


Figura 3: D2 Hacer

Comentario: El 57.5 % de los usuarios indicó que casi siempre se realiza la dimensión hacer del sistema de calidad y del 26.9 % de a veces.

Tabla 4: D3 Verificar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	5,6	5,6	5,6
	A veces	36	33,3	33,3	38,9
	Casi siempre	52	48,1	48,1	87,0
	Siempre	14	13,0	13,0	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

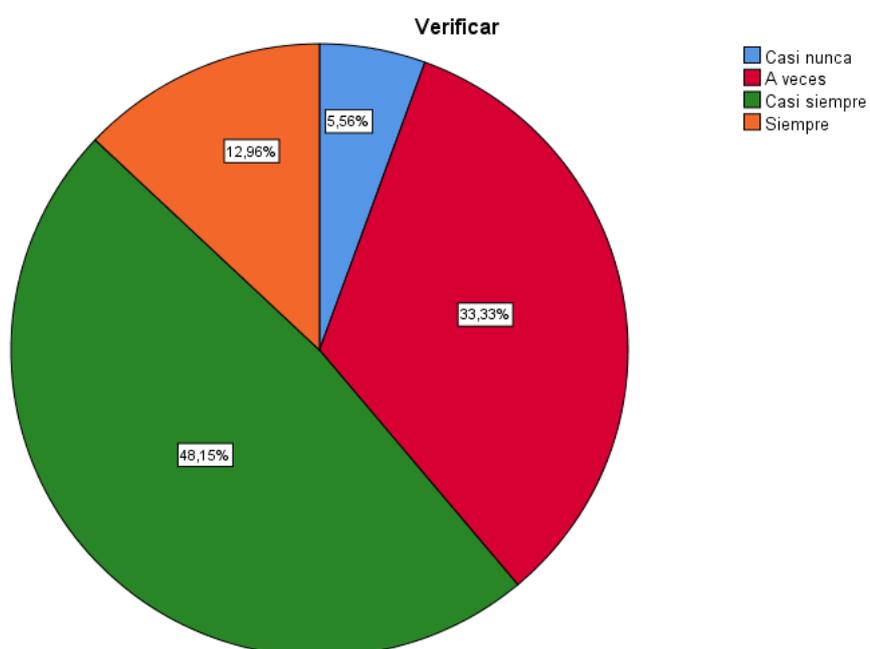


Figura 4: D3 Verificar

Comentario: El 48.1 % de los usuarios indicó que casi siempre se realiza la acción de verificar del sistema de calidad y del del 33.3 % de a veces.

Tabla 5: D4 Actuar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	1,9	1,9	1,9
	A veces	29	26,9	26,9	28,7
	Casi siempre	53	49,1	49,1	77,8
	Siempre	24	22,2	22,2	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

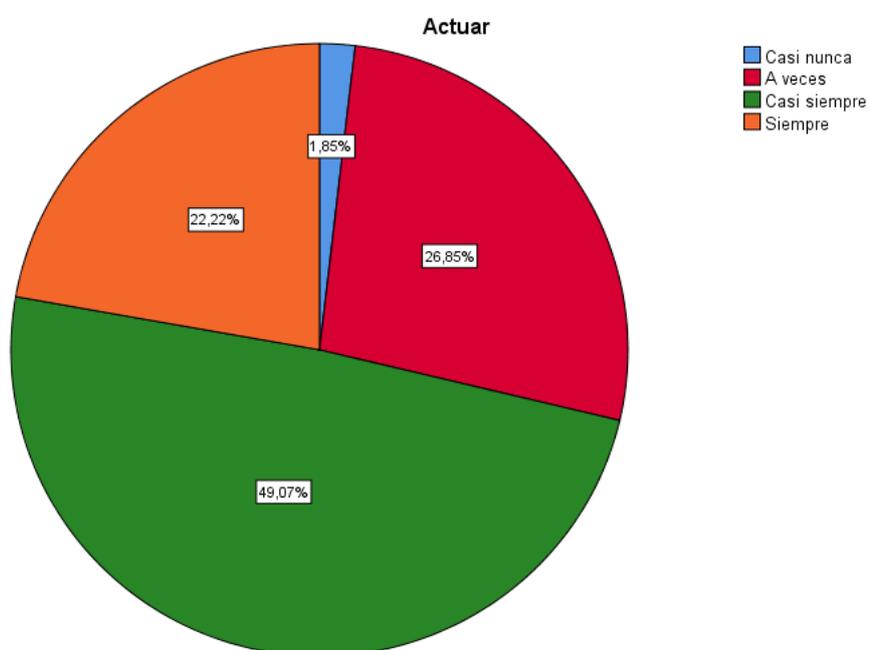


Figura 5: D4 Actuar

Comentario: El 49.1 % de los usuarios considera que casi siempre se realiza la acción de actuar del sistema de calidad y del 26.9 % de a veces.

5.1.2 Variable Satisfacción de usuarios

Tabla 6: Satisfacción de usuarios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	2,8	2,8	2,8
	A veces	31	28,7	28,7	31,5
	Casi siempre	65	60,2	60,2	91,7
	Siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

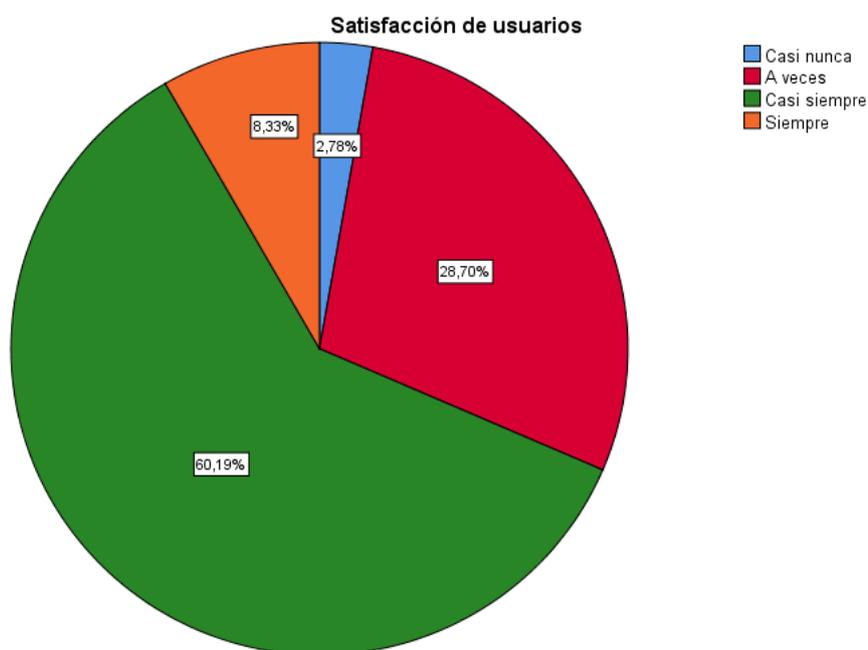


Figura 6: Satisfacción de usuarios

Comentario: El 60.2 % de los usuarios encuestados indicó que casi siempre existe satisfacción por parte de ellos y el del 28.7 % de a veces.

Tabla 7: D1 Rendimiento percibido

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	9,3	9,3	9,3
	A veces	22	20,4	20,4	29,6
	Casi siempre	67	62,0	62,0	91,7
	Siempre	9	8,3	8,3	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

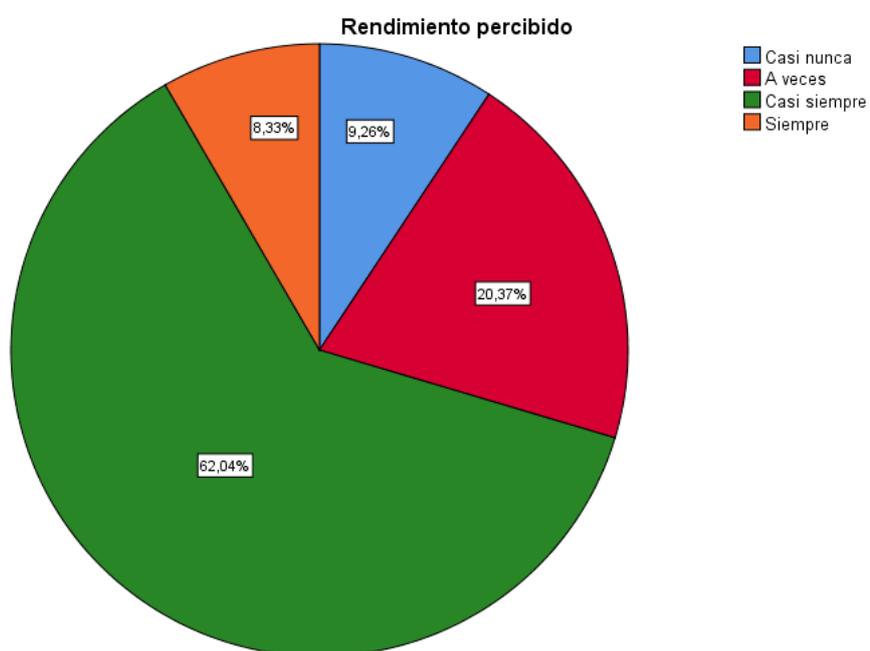


Figura 7: D1 Rendimiento Percibido

Comentario: El 62 % de los usuarios indicó que casi siempre se tiene un rendimiento percibido adecuado y del 20.4 % de a veces.

Tabla 8: D2 Las expectativas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	9,3	9,3	9,3
	A veces	25	23,1	23,1	32,4
	Casi siempre	55	50,9	50,9	83,3
	Siempre	18	16,7	16,7	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

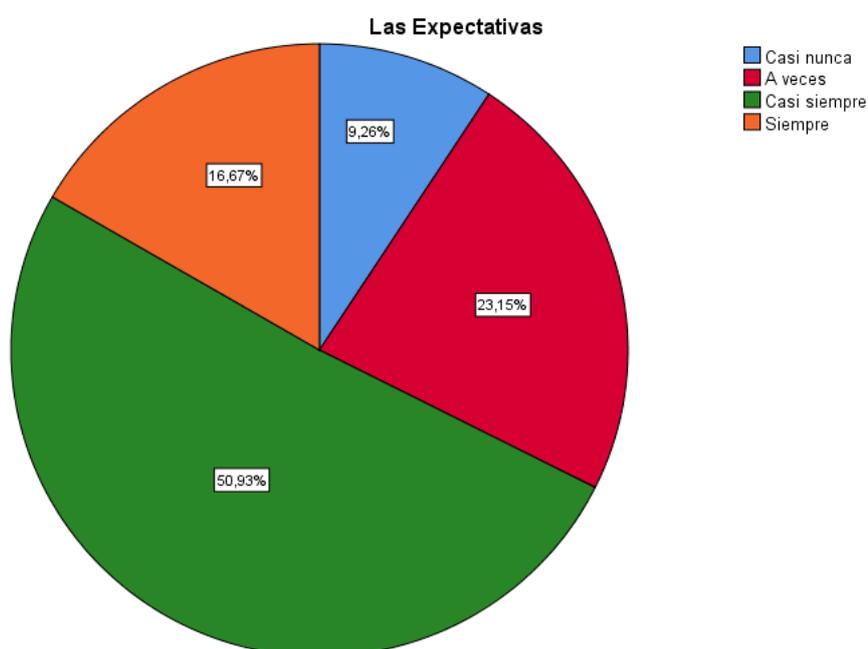


Figura 8: D2 Las expectativas

Comentario: El 50.9 % de los usuarios indicó que casi siempre se tiene expectativas de mejora en la satisfacción y del 23.1 % de a veces.

Tabla 9: D3 Niveles de satisfacción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	7,1	7,1	7,1
	A veces	8	19,0	19,0	26,2
	Casi siempre	24	57,1	57,1	83,3
	Siempre	7	16,7	16,7	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

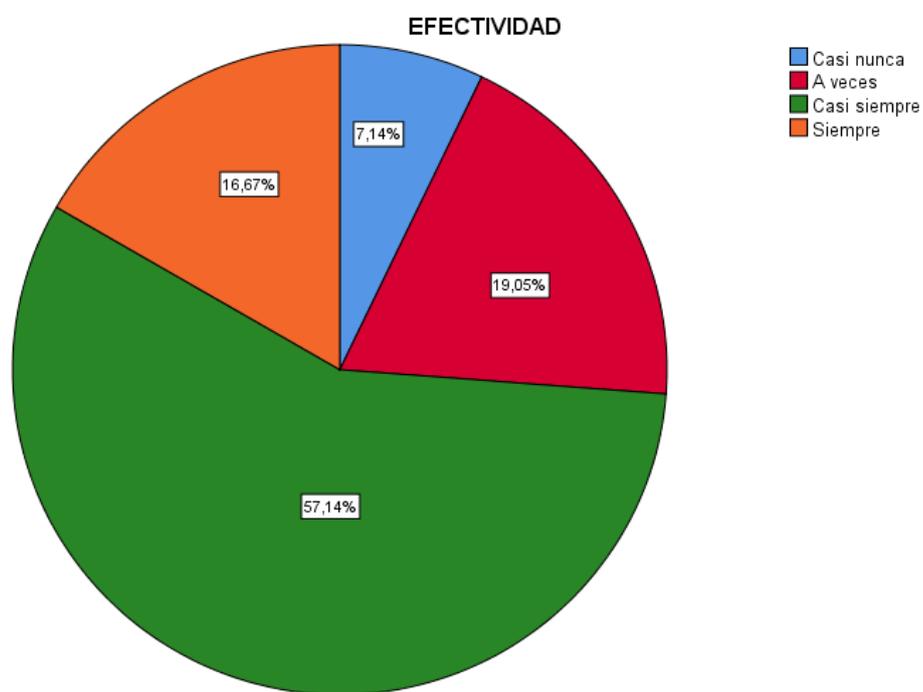


Figura 9: D3 Niveles de satisfacción

Comentario: El 42.6 % de los usuarios indicó que casi siempre se vienen mejorando los niveles de satisfacción y del 40.7 % de a veces.

5.2 Estadística Inferencial

Prueba de Distribución normal:

H₀: Los datos presente una distribución paramétrica

H_a: Los datos no presentan una distribución paramétrica

Sig: 5%

Tabla 10: Prueba de Normalidad

Satisfacción de usuarios		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Sistema de Calidad	Nunca	.	4	.	.	4	.
	Casi nunca	,124	16	,06	,121	16	,07
	Algunas veces	,222	45	,06	,345	45	,06
	Casi siempre	,311	40	,06	,412	40	,08
	Siempre	.	3	.	.	3	.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Como los datos son mayores a 50, se empleó la prueba de Kolgomoro-Smirnov, los resultados de la prueba estadística (sig.= 0.0) es mayor al 5% (0.05), por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna, los datos tienen una distribución normal o paramétrica

Al ser el nivel de la investigación Relacional se empleó Chi Cuadrado de Pearson.

Contrastación de hipótesis general

Hi: El sistema de calidad está relacionado con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Ho: El sistema de calidad no está relacionado con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Tabla 11: Contrastación de Hipótesis General

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	116,852 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	82,663	9	,000
Asociación lineal por lineal	57,302	1	,000
N de casos válidos	108		

Según el sig. bilateral de $0,000 < p = 0.05$ nos indica que:

El sistema de calidad está relacionado con la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021.

Contrastación de hipótesis específica 1

Hi: La dimensión Planificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Ho: La dimensión Planificar del sistema de calidad no está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Tabla 12: Contrastación de Hipótesis Especifica 1
Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	62,940 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	57,087	9	,000
Asociación lineal por lineal	38,032	1	,000
N de casos válidos	108		

Según el sig. bilateral de $0,000 < p = 0.05$ nos indica que:

La dimensión Planificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021.

Contrastación de hipótesis específica 2

Hi: La dimensión Hacer del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Ho: La dimensión Hacer del sistema de calidad no está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Tabla 13: Contrastación de Hipótesis Específica 2

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	45,724 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	37,495	9	,000
Asociación lineal por lineal	27,800	1	,000
N de casos válidos	108		

Según el sig. bilateral de $0,000 < p = 0.05$ nos indica que:

La dimensión Hacer del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021.

Contrastación de hipótesis específica 3

Hi: La dimensión Verificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Ho: La dimensión Verificar del sistema de calidad no está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Tabla 14: Contrastación de Hipótesis Especifica 3

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	104,465 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	70,149	9	,000
Asociación lineal por lineal	49,473	1	,000
N de casos válidos	108		

Según el sig. bilateral de $0,000 < p = 0.05$ nos indica que:

La dimensión Verificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021.

Contrastación de hipótesis específica 4

Hi: La dimensión Actuar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Ho: La dimensión Actuar del sistema de calidad no está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021

Tabla 15: Contrastación de Hipótesis Especifica 4

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	102,599 ^a	9	,000
Razón de verosimilitud	52,792	9	,000
Asociación lineal por lineal	34,935	1	,000
N de casos válidos	108		

Según el sig. bilateral de $0,000 < p = 0.05$ nos indica que:

La dimensión Actuar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021.

CAPITULO VI: DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados a un nivel de significancia bilateral 0.000 indicaron que la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021, está relacionada con el sistema de calidad.

Resultado similar tiene López, D. (2018) La calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's en Guayaquil. En Ecuador. para seleccionar el título de Maestría en Administración de Empresas. Resultando en las siguientes conclusiones: una no satisfacción con los aspectos de la pronta respuesta y la empatía. Se demostró que existe una correlación positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Se demostró que la empresa no había brindado capacitación ni motivación al personal. Para obtener una ventaja competitiva dentro de empresa, se recomienda la implementación de capacitación y calidad para el personal de servicio una vez identificados los resultados

También concuerda con los resultados de Apaza, M. (2018) Calidad de servicio en relación a la satisfacción de los comensales del comedor universitario de la universidad nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017. Llegando a los siguientes resultados indicaron que la calidad del servicio en la sede de Ccoyahuacho fue buena 39 por ciento, regular en un 50 por ciento y 11 por ciento mala; en la sede Santa Rosa fue buena en un 34 por ciento, regular con un 57 por ciento y mala con un 9 por ciento. En relación a la satisfacción de los usuarios en la sede Ccoyahuacho el 77 por ciento fue de nivel medio, 20 por ciento alto y el 3 por ciento bajo. Mediante la correlación de Pearson el resultado indicó que existe relación significativa con un $r=0,763$ de la calidad de servicio y el nivel de satisfacción de los comensales en el comedor universitario, esto en función de la política de garantizar condiciones adecuadas para los estudiantes universitarios. A fin de generar bienestar en su desarrollo profesional.

Finalmente, concuerda con los estudios de: Ugarte, W. (2021) en su investigación calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes del comedor universitario de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Se llegó a determinar la existencia de una relación positiva y significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción de los estudiantes del

comedor universitario de la UNMSM, después de desarrollar la investigación, aplicar los instrumentos y procesar estadísticas.

CONCLUSIONES

1.- La satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021, está relacionada con el sistema de calidad, lo que significa que una mejor satisfacción de los usuarios.

2.- Respecto a la Planificación del sistema de calidad, la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021, se concluye que una planificación adecuada puede mejorar la satisfacción de los usuarios.

3.- Lo referente a Hacer del sistema de calidad, se analiza la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021, y se concluye que hacer correctamente permite que los usuarios estén más satisfechos.

4.- En lo concerniente a Verificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021, por lo que se concluye que Evaluar continuamente mejora la satisfacción de los usuarios.

5.- En la dimensión Actuar del sistema de calidad examina la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del HNGAI, Lima-2021, y se concluye que actuar oportunamente mejora la satisfacción de los usuarios.

RECOMENDACIONES

- 1.- Recomendar a la gerencia general que proporcione equipos, capacitaciones, infraestructura, horarios flexibles y logística adecuada para mejorar el sistema de calidad y la satisfacción de los usuarios. Además, brindar capacitación en house, acuerdos adicionales institucionales que permitan al trabajador estar más preparado y competitivo para realizar sus tareas laborales, así como tener alineados los medios y remuneraciones adecuados, les permite mejorar su desempeño laboral y mejorar la calidad y servicio que brindan.
- 2.- La gerencia debe realizar planeaciones tácticas y operativas que le permitan mejorar la calidad ofrecida mediante mejoras continuas en infraestructura, equipamientos y una variedad de productos con alto valor proteico en la que los usuarios satisfagan sus expectativas.
- 3.- La gerencia debe realizar controles inopinados para detectar mejoras o problemas mediante la estrategia de hacer en forma inmediata, solucionando o mejorando el nivel de atención brindado, con asesoramiento de especialistas en infraestructura, equipamiento y preparación de alimentos.
- 4.- Estos estudios de satisfacción deben realizarse con una frecuencia de cada tres meses para su atención adecuada. Se realizan para determinar y verificar el cumplimiento de los estándares proyectados y continuar con el proceso continuo de mejora.
- 5.- Tener asesoramiento continuo sobre equipamiento, mejora de infraestructura, procesos de producción de alimentos, abastecimiento y conservación para aumentar la satisfacción de los usuarios. Brindar capacitación al personal de planta de las escuelas de administración de restaurantes y gastronomía.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía referida al tema

Ahumada, C. (2018) Gestión y Control de Calidad. Universidad Técnica Federico Santa María. Campus de Santiago.

https://www.academia.edu/36447422/Clase_1_Calidad

Álvarez, J. Álvarez, I. Bullón, J, (2006) Introducción a la calidad. Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad. España. Editorial Ideas propias.

Apaza, M. (2018) Calidad de servicio en relación con la satisfacción de los comensales del comedor universitario de la universidad nacional José María Arguedas. Andahuaylas 2017. Universidad Nacional del Altiplano. Puno. Perú. Recuperado de:

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/8142/Margot_Zulema_Apaza_Velasquez.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arévalo, R. (2000) Comportamiento del Consumidor. Quito. Ecuador. Editorial Norma.

Arteaga, C. y Para, C. (2020) Acreditación hospitalaria y satisfacción del usuario. Pilares de la gestión de calidad en hospitales públicos en Manabi, Ecuador. Recuperado de:

https://www.researchgate.net/publication/346732097_Acreditacion_hospitalaria_y_satisfaccion_de_usuarios_pilares_de_la_gestion_de_calidad_en_hospitales_publicos_en_Manabi

Bejarano, J. Cortés, A. Pinzón. O. (2016) Alimentación hospitalaria como un criterio para la acreditación en salud. Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Colombia.

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-41082016000100077

Bernal, C. (2010) Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Universidad de La Sabana. Colombia. Tercera Edición. Pearson Educación. Recuperado de:

<http://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>

Castillo, L. (2019) El modelo Deming (PHVA) como estrategia competitiva para realzar el potencial administrativo. Universidad Militar Nueva Granada

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/34875/CastilloPineda%20LadyEsmeralda2019.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carro, R. González, D. (2018) Administración de la calidad total. Universidad Nacional de Mar del Plata. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Argentina.

http://nulan.mdp.edu.ar/1614/1/09_administracion_calidad.pdf

Cevallos, J. (2016) Medición de la calidad del servicio de un comedor universitario utilizando SERVQUAL y desarrollo de un modelo de ecuaciones estructurales, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Perú. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/816/81642256004.pdf>

Chique, E. (2021). Clima organizacional y satisfacción del usuario en el comedor popular infantil Candelaria Herrera en la ciudad de Puno-2019. Universidad Nacional del Altiplano. Puno-Perú.

Cronbach, L.J. (1951). Coeficiente alfa y la estructura interna de los test.

Recuperado de:

http://www.humanas.unal.edu.co/psicometria/files/1113/8574/8604/Articulo_1_Alfa_de_Cronbach_9-28_2.pdf

Crosby, P. (1980) La Calidad no cuesta. El arte de cerciorarse de la calidad. Colombia, Compañía Editorial Continental S. A.

Deming (2017) Calidad Aplicada a la Gestión Empresarial

<http://calidadaplicadabyzedar.blogspot.com/2017/09/11-principales-corrientes-filosoficas.html>

Deming, W. (1986) Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis. Madrid. España. Ediciones Díaz de Santos.

De Pablo, M. (2019) Atención al cliente y calidad en el servicio. España.

IC Editorial.

- ESAN (2016) Las cuatro etapas para la mejora continua en la organización. Perú.
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/las-cuatro-etapas-para-la-mejora-continua-en-la-organizacion>
- García, L. (2015) Calidad del servicio y satisfacción de los clientes del Banco Ripley Agencia Mall Aventura Plaza Trujillo. Universidad Nacional de Trujillo.
https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/3890/garcia_g.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gryna, F. Chua, R. DeFeo, J. Pantoja, J, (2007) Método juran. Análisis y planeación de la calidad. México. Mc Graw Hill.
- Guadarrama, E. Rosales, E. (2015) Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. análisis y reflexión teórica. Instituto Tecnológico de Santo Domingo. República Dominicana.
<https://www.redalyc.org/pdf/870/87041161004.pdf>
- Gutiérrez, M. (2004) Administración para la calidad. Conceptos administrativos del control total de la calidad. México. Limusa Editorial S. A.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2016). Procedimientos de la Investigación. México: Editorial McGraw-Hill. México
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Ishikawa, K. (1994) Introducción al control de calidad. Madrid. España. Ediciones Díaz de Santos.
- ISO 9001 (2015) ¿En qué se basa el ciclo PHVA?
<https://www.isotools.com.co/la-norma-iso-9001-2015-se-basa-ciclo-phva/>
- Isotools (2016) EL ciclo PHVA para la Mejora Continua de las organizaciones. Blog Calidad u Excelencia.
<https://www.isotools.org/2016/02/25/ciclo-phva-para-mejora-continua/>
- Jerez. G. (2012) El proceso de ventas y su incidencia en la calidad del Servicio al cliente

de la empresa EQUIAGRO. Universidad Técnica de Ambato.
Ecuador

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2935/1/697%20ING.pdf>

Koontz, H. Weihrich, H. Cannice, M. (2012) Administración. Una perspectiva global y empresarial, Editorial Mc. Graw Hill. México.

<http://www.untumbes.edu.pe/vcs/biblioteca/document/varioslibros/administraci%C3%B3n.%20Una%20perspectiva%20global%20y%20empresarial.pdf>

Kotler, P. & Armstrong, G. (2003) Fundamentos de marketing. México. Sexta Edición. Pearson Educación.

Lane, K. (2000) Marketing de los Servicios. Barcelona: Editorial Tercera Edición ESIC. Obtenido <http://publicaciones.urbe.edu/index.php/coeptum/article/view/ARTICLE/240/597>

Lovelock, C., Reynoso, J., D'Andrea, G., y Huete, L. (2011) Administración de servicios. Estrategias para la creación de valor en el nuevo paradigma de los negocios. Segunda Edición. Pearson.

Lovelock, Wirtz J. (2009) Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia. Sexta Edición Pearson Prentice Hall Mexico.

López, D. (2018) Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Maldonado, J. (2015). La Metodología de la Investigación. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/la-metodologia-de-la-investigacion/>

Martins, F., y Palella, S. (2012). Metodología de investigación cuantitativa. Caracas, Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

Mejía, E., Novoa, E., Ñaupas, H. y Villagómez, A. (2014). Metodología de la Investigación. Bogotá, Colombia: Fondo Editorial de la Universidad de Bogotá

- Moreno, J. (2012) Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante La Cabaña de don Parce. Universidad de Piura. Perú. Recuperado de:
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1648/AE_265.pdf
- Ñaupas, H. Valdivia, M. Palacios, J. Romero, H. (2018). Metodología de la Investigación. Cualitativa-Cuantitativa. Redacción de tesis. Bogotá. Colombia. 5ta, Edición. Ediciones de la U.
- Ortiz, E. y Bernal. M. (1997) Importancia de la incorporación temprana a la investigación científica. Universidad de Guadalajara. México.
- Ortiz, M. (2015) La Calidad del Servicio y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa VIGELECTROM Cía. Ltda., de la ciudad de Ambato. Universidad de Amvato. Ecuador.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/2465/1/668%20ING.pdf>
- Paz, R. (2007) Atención al cliente. Guía práctica de técnicas y estrategias. España. Primera edición. Ideas propias Ediciones.
- Peñuñuri, A., Guzmán, A., Carrillo, R., y Velasco, R. (2017) Percepción de la calidad del servicio de un comedor estudiantil universitario. Instituto Tecnológico de Sonora. Cd. Obregón Sonora México. Recuperado de:
https://www.ecorfan.org/republicofnicaragua/researchjournal/investigacionessociales/journal/vol3num9/Revista_de_Investigaciones_Sociales_V3_N9_3.pdf
- Pérez, J. (2017) Aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 y su incidencia en la satisfacción del cliente en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (periodo 2014- 2015). Perú.
http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/3033/Perez%20Paredes_POSGRADO_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, N. (2018) Evaluación de la calidad del servicio de nutrición del Hospital Dr. Luis F, Nachón. Colecciones educativas en salud pública. México.
<https://www.uv.mx/msp/files/2012/11/coleccion8NancyRamirezAburto.pdf>

- Ramos, F. (2017) Propuesta de implementación de un modelo de Gestión por Procesos y Calidad en la Empresa O&C Metals S.A.C. Universidad Católica Sam Pablo. Perú.
- https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15240/1/COAGUILA_GONZALES_ANT_MET.pdf
- Ramos, I. (2016). Evaluación de la calidad de servicio en los comedores ubicados en el malecón de la Playa de Ayangue, Parroquia Colonche, provincia de Santa Elena, año 2016. Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Ríos, A. (2009) Gestión de Calidad y mejora continua en la Administración Pública. Lima Perú Área de actualidad gubernamental. Gerencia pública. Recuperado de:
- [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7A0D92B8B03202BA05257C310078B24D/\\$FILE/11_24_SEHUUHANIOFCFJXIULZDFPGJGJIXMCQFHXZBFAPNPUQUENCZZC.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/7A0D92B8B03202BA05257C310078B24D/$FILE/11_24_SEHUUHANIOFCFJXIULZDFPGJGJIXMCQFHXZBFAPNPUQUENCZZC.pdf)
- Rojas, R. (2002) Guía para realizar investigaciones sociales. México. Editorial Plaza y Valdés.
- Sánchez, A. (2017) Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza Burger Diner de Gualan, Zacapa. Universidad Rafael Landívar. Zacapa. México. Recuperado de:
- <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2017/01/01/Sanchez-Aby.pdf>
- Sandoval, F. (2018) El sistema de gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant El Gourmet Urbano en el distrito de San Isidro. Universidad San Martín de Porres, Perú. Recuperado de:
- http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4339/sandoval_cfe.pdf;jsessionid=820650419F732C3DA0C9B86B9529149C?sequence=3
- Suarez, M, (2007) El Kaizen, La filosofía de mejora continua e innovación incremental detrás de la administración por calidad total. México. Panorama Editorial.
- Tamayo, M. (2009) El proceso de la investigación. México. Noriega Editores.

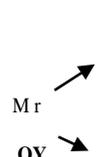
- Thompson A. y Suñol, R. (1996) Las expectativas como factores determinantes en la satisfacción en pacientes: conceptos, teorías y pruebas. *Calidad y salud*.
- Ugarte, W. (2021) Calidad de servicio y satisfacción de los estudiantes del comedor universitario en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima-Perú.
- Varo, J. (1994): *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios. Un modelo de gestión hospitalaria*. España. Ediciones Diaz de Santos S.A.
- Velandia, F. Ardón, N, Jara, M. (2007) Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. Colombia. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/rgps/v6n13/v6n13a08.pdf>
- Zas, B. (2002) La satisfacción como indicador de excelencia en la calidad de los servicios de salud. Recuperado de:
<http://www.psicologiacientifica.com/bv/psicologia-80-1-la-satisfaccion-como-indicador-de-excelenciaen-la-calidad-d.html>

Bibliografía referida a la metodología

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica 5ta Edición . Editorial Episteme Caracas-Venezuela*.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación: Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. Tercera Edición. Pearson Educación. México.
- Behar, D. (2008). *Introducción a la metodología de la investigación*. Shalom.
- Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica. 4ª-ed* México: Limusa.
- Villegas et al (2011). *Teoría y praxis de la investigación científica. (1ra Ed.)*. Lima Perú: Editorial San Marcos.

ANEXOS

ANEXO N° 01: Matriz de consistencia
Sistema de calidad y satisfacción de usuarios del comedor del servicio de nutrición,
Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿El sistema de calidad se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021?	Determinar si el sistema de calidad se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021	El sistema de calidad está relacionado con la satisfacción de los usuarios del comedor del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021	SISTEMA DE CALIDAD DIMENSIONES V.I “X”: Planificar Hacer Verificar Actuar	ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN: Cuantitativo TIPO DE INVESTIGACIÓN: Es de Tipo básica. NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo-relacional MÉTODO: Hipotético-Deductivo DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN: No experimental, transversal, relacional
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS	QX  POBLACIÓN: 150 usuarios MUESTRA: 108 usuarios TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS: Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario
-¿La planificación se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021?	Analizar la relación entre la dimensión planificar y la satisfacción de los usuarios del comedor del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021	La dimensión Planificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del Hospital Nacional Guillermo Almenara, Lima-2021	DIMENSIONES DE V.D “Y” Rendimiento Percibido Expectativas Niveles de satisfacción	
-¿El Hacer se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor de servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021?	Analizar la relación entre la dimensión Hacer y la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021	La dimensión Planificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara, Lima-2021		
-¿El Verificar se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor de servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021?	Analizar la relación entre la dimensión Verificar y la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021	La dimensión Planificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara, Lima-2021		
-¿El Actuar se relaciona con la satisfacción de los usuarios del comedor de servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021?	Analizar la relación entre la dimensión Actuar y la satisfacción de los usuarios del comedor del servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021	La dimensión Planificar del sistema de calidad está relacionada con la satisfacción de los usuarios en el comedor del servicio de nutrición del Hospital Nacional Guillermo Almenara, Lima-2021		

ANEXO N° 02: Matriz de elaboración de instrumentos

Cuestionario sobre Sistema de Calidad

La presente encuesta a aplicar tiene como finalidad educativa, de determinar la relación entre el sistema de calidad y satisfacción de usuarios del comedor del servicio de nutrición Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021 únicamente para la obtención de información:
Indicaciones: Conteste las preguntas en forma sincera y marque con una "X" según corresponda Nunca = Muy inadecuado..... (1) Casi nunca = Inadecuado..... (2) A veces = Regular.....
(3) Casi siempre= Adecuado..... (4) Siempre= Muy Adecuado..... (5)

Variable X: SISTEMA DE CALIDAD PHVA						
N°	Dimensión 1: Planear	Escala				
1	Conoce la misión y visión de la empresa	1	2	3	4	5
2	Considera metas de atención mensuales					
3	Se trabaja con enfoque de atención al cliente					
4	Planifica la atención al cliente al 100%					
5	Se tiene en cuenta la satisfacción del cliente					
	Dimensión 2: Hacer					
6	Se capacita al personal					
7	Se considera la especialización del personal					
8	Se conoce los requerimientos del cliente					
9	El local de la empresa se encuentra en un lugar adecuado					
10	El financiamiento de los productos es oportuno					
	Dimensión 3: Verificar					
11	Se evalúa los desempeños del personal					
12	Se realizan encuestas sobre la atención					
13	Cuenta con buzón de sugerencias					
14	Se realizan evaluaciones de promoción					
15	El monitoreo es opinado e inopinado de manera continua					
	Dimensión 4: Actuar					
16	Los clientes regresan porque se sienten satisfechos					
17	Contar con certificados de calidad					
18	Cuenta con un protocolo de atención al cliente					
19	Todo el personal se involucra					
20	La presencia del especialista es continua					

La presente encuesta a aplicar tiene como finalidad educativa, de determinar la relación entre el sistema de calidad y satisfacción de usuarios del comedor del servicio de nutrición Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021 únicamente para la obtención de información: Indicaciones: Conteste las preguntas en forma sincera y marque con una "X" según corresponda Nunca = Muy inadecuado..... (1) Casi nunca = Inadecuado..... (2) A veces = Regular..... (3) Casi siempre= Adecuado..... (4) Siempre= Muy Adecuado..... (5)

Variable Y: SATISFACCIÓN DEL USUARIO						
N°	Dimensión 1: Rendimiento percibido	Escal				
		1	2	3	4	5
1	El personal siempre está dispuesto a la atención y ayuda					
2	La higiene y presentación del personal					
3	La sazón de los alimentos					
4	La calidad de los alimentos					
5	La higiene de las mesas					
6	Las porciones de la comida					
7	Presentación de los platos					
8	Temperatura de los alimentos					
9	Variedad del menú					
10	Variedad de bebidas					
	Dimensión 2: Las Expectativas					
11	Rapidez en la atención					
12	Las instalaciones son limpias y visualmente agradables					
13	Cumple con el horario					
14	Los menús son publicitados y se cumple					
15	Ambientación (mantelería)					
16	La decoración del comedor					
17	Cuenta con mobiliario y equipo moderno					
	Dimensión 3: Niveles de satisfacción					
18	Siente insatisfacción cuando no recibe un buen servicio					
19	Se siente satisfecho cuando recibe un buen servicio					
20	Siente complacencia cuando recibe un servicio que excede sus expectativas					

ANEXO N° 03: Ficha de Validación de Instrumento
VICERRECTORADO ACADEMICO
ESCUELA DE POSGRADO

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: RAMIREZ JULCA MÁXIMO
- 1.2 Grado académico: DOCTOR
- 1.3 Cargo e institución donde labora: DTC UAP
- 1.4 Título de la Investigación: SISTEMA DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL COMEDOR DEL SERVICIO DE NUTRICIÓN, HOSPITAL NACIONAL GUILLERMO ALMENARA IRIGOYEN, LIMA-2021
- 1.5 Autor del instrumento: Bach. José Yamser Noel Tamayo
- 1.6 Maestría/ Doctorado/ Mención: Maestría en Administración y Dirección de Empresas
- 1.7 Nombre del instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
3. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					100
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					100
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					100
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					100
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					100
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				80	
9. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					100
10. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					100
SUB TOTAL					160	800
TOTAL						960/10=96

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20) : 19.20

VALORACION CUALITATIVA : Excelente

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lima, 12 agosto 2022



.....
Dr. Máximo Ramírez Julca
ORCID: 0000-0002-1385-3139

**VICERRECTORADO ACADEMICO
ESCUELA DE POSGRADO**

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

IDATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: SOLIS CESPEDES PEDRO ANIBAL
- 1.2 Grado académico: DOCTOR
- 1.3 Cargo e institución donde labora: DTC UAP
- 1.4 Título de la Investigación: SISTEMA DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL COMEDOR DEL SERVICIO DE NUTRICIÓN, HOSPITAL NACIONAL GUILLERMO ALMENARA IRIGOYEN, LIMA-2021
- 1.5 Autor del instrumento: Bach. José Yamser Noel Tamayo
- 1.6 Maestría/ Doctorado/ Mención: Maestría en Administración y Dirección de Empresas
- 1.7 Nombre del instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
12. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
13. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					100
14. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					100
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					100
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					100
17. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					100
18. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				80	
19. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					100
20. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					100
SUB TOTAL					160	800
TOTAL						960/10=96

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20) : 19.20

VALORACION CUALITATIVA : Excelente

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lima, 12 agosto 2022



.....
Dr. Pedro Solis Céspedes
ORCID: 0000-0002-7339-8721

VICERRECTORADO ACADEMICO

ESCUELA DE POSGRADO

FICHA DE VALIDACION DE INSTRUMENTO

I DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres del experto: BRINGAS SALVADOR JORGE LUIS
- 1.2 Grado académico: DOCTOR
- 1.3 Cargo e institución donde labora: DTC UAP
- 1.4 Título de la Investigación: SISTEMA DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL COMEDOR DEL SERVICIO DE NUTRICIÓN, HOSPITAL NACIONAL GUILLERMO ALMENARA IRIGOYEN, LIMA-2021
- 1.5 Autor del instrumento: Bach. José Yamser Noel Tamayo
- 1.6 Maestría/ Doctorado/ Mención: Maestría en Administración y Dirección de Empresas
- 1.7 Nombre del instrumento: Cuestionario

INDICADORES	CRITERIOS CUALITATIVOS/CUANTITATIVOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy Bueno 61-80%	Excelente 81-100%
21. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.				80	
22. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					100
23. ACTUALIDAD	Adecuado al alcance de ciencia y tecnología.					100
24. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					100
25. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de cantidad y calidad.					100
26. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del estudio.					100
27. CONSISTENCIA	Basados en aspectos Teóricos-Científicos y del tema de estudio.					100
28. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores, dimensiones y variables.				80	
29. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del estudio.					100
30. CONVENIENCIA	Genera nuevas pautas en la investigación y construcción de teorías.					100
SUB TOTAL					160	800
TOTAL						960/10=96

VALORACION CUANTITATIVA (Total x 0.20) : 19.20

VALORACION CUALITATIVA: Excelente

OPINIÓN DE APLICABILIDAD: Aplicable

Lima, 12 agosto 2022



.....
Dr. Jorge Bringas Salvador
 ORCID: 0000-0003-2011-4964

ANEXO N° 4: Copia de la data procesada



O D E M O N S T R A C I O N	Sistema de Calidad																				Satisfacción de usuarios																									
	Planificación					Hacer					Verificar					Actuar					Rendimiento percibido					Las Expectativas					Niveles de satisfacción															
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20						
1	3	3	4	2	4	3	5	5	3	3	4	3	3	2	3	5	4	3	5	5	3	4	3	3	2	3	5	4	3	4	2	5	4	3	4	2	5	4	5	5	3	3	2	5	4	
2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3
3	3	3	4	3	5	3	4	5	4	5	3	5	2	4	3	5	3	2	3	3	5	3	5	2	4	3	5	3	2	4	2	3	5	5	3	5	5	3	5	2	4	5	4			
4	4	5	3	3	3	5	3	3	5	2	4	3	2	3	4	2	3	4	5	5	2	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	2		
5	4	4	2	3	3	4	5	4	2	4	4	3	5	5	2	5	5	3	4	5	4	4	3	5	5	2	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	2					
6	5	4	3	5	5	4	4	2	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4				
7	5	5	2	2	5	3	2	2	3	2	2	4	3	4	4	3	3	4	5	4	2	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4				
8	3	2	3	4	5	5	2	5	5	3	5	2	5	4	3	5	5	5	5	2	3	5	2	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	
9	4	2	4	2	3	5	5	5	2	2	4	4	3	3	3	2	3	4	4	5	2	4	4	3	3	3	2	3	4	5	2	2	2	5	4	4	3	3	2	4						
10	3	3	5	2	4	4	5	5	3	4	5	2	4	5	2	5	5	2	4	3	4	5	2	4	5	2	5	5	5	5	3	4	3	5	5	2	4	5	3							
11	3	4	3	3	4	2	2	4	5	3	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	3	5	5	5	3	3	5	5	3	4	2	5	5	2	5	5	5	3	3	4						
12	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	2	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	2	5	4	3	5	4	3	2	2	4	5	5	2	2	5	4	5	5						
13	5	5	5	5	3	5	4	4	5	2	4	5	5	5	2	2	5	3	5	5	2	4	5	5	5	2	2	5	3	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5	5	2	2				
14	5	5	4	5	4	5	5	2	2	5	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	3	5				
15	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5			
16	2	5	3	4	2	4	5	3	2	4	3	2	4	2	3	3	2	3	4	5	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3	2	5	3	3	2	4	2	5	5							
17	3	3	3	5	5	3	5	4	3	4	2	4	3	5	2	3	3	5	5	5	4	2	4	3	5	2	3	3	5	3	4	5	4	3	2	4	3	5	2	4						
18	3	2	3	3	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	5	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	3	4	4	5	3	3	3	5	4	4						
19	5	5	5	2	5	5	2	5	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	2	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	5	4	2	5	5	5	4	5	3						
20	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	3	5	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	3	4					
21	3	4	5	2	5	2	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	3	2	3	4	4	2	4	5	5	5	5	3	2	5	5	4	3	4	2	4	5	5	5	5						
22	2	4	4	5	4	5	4	4	3	5	2	4	4	5	2	5	4	4	5	5	5	2	4	4	5	2	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	2	2			
23	3	5	2	2	2	3	3	2	2	5	5	2	3	2	5	3	4	2	4	5	5	5	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	5	3	5	3	2	3	2	3	5				
24	5	3	3	3	4	2	5	4	3	4	4	4	3	2	5	5	2	3	4	4	4	4	4	4	3	2	5	5	2	3	4	2	3	3	3	2	4	3	2	4	5					
25	3	4	5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
26	5	5	4	4	5	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	2	4						

27	4	4	3	4	2	5	4	5	5	4	4	4	2	5	2	5	3	2	2	5	4	4	4	2	5	2	5	3	2	4	5	4	5	4	5	4	2	5	4	4		
28	2	2	2	5	2	2	4	3	3	3	4	3	5	4	2	2	3	2	5	4	3	4	3	5	4	2	2	3	2	2	3	3	5	4	5	3	5	4	2	5		
29	3	2	5	3	2	3	2	4	3	2	5	2	5	3	3	3	4	5	4	3	2	5	2	5	3	3	3	4	5	5	4	5	2	5	5	2	5	3	4	2		
30	3	2	4	4	3	2	4	5	4	4	4	4	4	3	5	2	3	5	5	5	4	4	4	4	3	5	2	3	5	2	2	4	4	2	5	4	4	3	2	4		
31	2	5	3	2	2	2	2	5	3	3	3	4	5	2	4	2	3	4	2	4	3	3	4	5	2	4	2	3	4	3	4	2	3	2	4	4	5	2	3	3		
32	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5		
33	2	4	4	4	4	3	3	4	2	3	2	3	5	4	4	5	3	4	4	4	3	2	3	5	4	4	5	3	4	4	5	3	3	4	2	3	5	4	2	4		
34	4	3	5	5	5	2	4	4	3	4	3	4	5	5	2	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	2	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5		
35	4	3	4	4	2	4	4	5	4	3	4	5	2	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	2	5	5	5	4	4	5	2	4	3	5	4	5	2	5	2	2		
36	5	4	4	2	5	3	3	4	4	3	4	3	3	5	3	5	4	5	4	5	3	4	3	3	5	3	5	4	5	5	3	5	4	5	5	3	3	5	3	5		
37	3	3	4	2	5	4	2	5	5	3	3	5	5	5	3	4	3	2	5	5	3	3	5	5	5	3	4	3	2	4	3	5	3	4	4	5	5	5	5	4		
38	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	
39	4	3	4	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	2	3	3	4	4	4	4	5	5	4	3	2	4	2	4	2	2	3	4	4	5	5	4		
40	4	5	3	3	3	5	3	3	5	2	4	3	2	3	4	2	3	4	5	5	2	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4	4	4	2	4	3	2	3	3	4		
41	4	4	2	3	3	4	5	4	2	4	4	3	5	5	2	5	5	3	4	5	4	4	3	5	5	2	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	2	
42	5	4	3	5	5	4	4	2	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	2	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4		
43	5	5	2	2	5	3	2	2	3	2	2	4	3	4	4	3	3	4	5	4	2	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4		
44	3	2	3	4	5	5	2	5	5	3	5	2	5	4	3	5	5	5	5	2	3	5	2	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	2	2	5	4	3	5		
45	3	4	2	5	3	3	5	5	2	5	5	2	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	2	4	5	4	4	4	3	4	3	4	2	5	2	2	4	5	2	4		
46	3	3	5	2	4	4	5	5	5	3	4	5	2	4	5	2	5	5	2	4	3	4	5	2	4	5	2	5	5	5	5	3	4	3	5	5	2	4	5	3		
47	3	4	3	3	4	2	2	4	5	3	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	3	5	5	5	3	3	5	5	3	4	2	5	5	2	5	5	5	3	3	4		
48	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	2	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	2	5	4	3	5	4	3	2	2	4	5	5	2	2	5	4	5	5		
49	5	5	5	5	3	5	4	4	5	2	4	5	5	5	2	2	5	3	5	5	2	4	5	5	5	2	2	5	3	4	4	4	3	5	3	5	5	5	2	2		
50	5	5	4	5	4	5	5	2	2	5	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	3	5
51	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5	
52	2	5	3	4	2	4	5	3	2	4	3	2	4	2	3	3	2	3	4	5	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3	2	5	3	3	2	4	2	5	5			
53	5	3	3	3	3	5	3	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	3	5	2	4	3	2	2	2	3	3	4	2	4		
54	3	2	3	3	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	5	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	3	4	4	5	3	3	3	5	4	4		
55	5	5	5	2	5	5	2	5	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	2	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	5	4	2	5	5	5	4	5	3		
56	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	3	5	2	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	3	4		
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	

57	3	4	5	2	5	2	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	3	2	3	4	4	2	4	5	5	5	5	3	2	5	5	4	3	4	2	4	5	5	5	5	
58	2	4	4	5	4	5	4	4	3	5	2	4	4	5	2	5	4	4	5	5	5	2	4	4	5	2	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	2	2	
59	3	5	2	2	2	3	3	2	2	5	5	2	3	2	5	3	4	2	4	5	5	5	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	5	3	2	3	2	3	5	
60	4	4	5	5	3	3	3	4	3	2	4	5	5	4	5	4	2	4	4	4	2	4	5	5	4	5	4	2	4	2	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	
61	3	4	5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
62	5	5	4	4	5	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	2	4		
63	4	4	3	4	2	5	4	5	5	4	4	4	2	5	2	5	3	2	2	5	4	4	4	2	5	2	5	3	2	4	5	4	5	4	5	4	2	5	4	4	
64	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	5	
65	5	5	4	4	2	3	3	2	2	4	4	5	3	2	3	5	2	4	4	3	4	4	5	3	2	3	5	2	4	2	3	3	2	2	5	5	3	2	4	2	
66	3	3	2	4	5	2	4	3	2	2	2	4	5	3	2	4	4	5	5	5	2	2	4	5	3	2	4	4	5	5	5	5	5	2	4	4	5	3	2	4	
67	2	5	3	2	2	2	2	5	3	3	3	4	5	2	4	2	3	4	2	4	3	3	4	5	2	4	2	3	4	3	4	2	3	2	4	4	5	2	3	3	
68	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5		
69	2	4	4	4	4	3	3	4	2	3	2	3	5	4	4	5	3	4	4	4	3	2	3	5	4	4	5	3	4	4	5	3	3	4	2	3	5	4	2	4	
70	4	3	5	5	5	2	4	4	3	4	3	4	5	5	2	4	4	3	3	4	4	3	4	5	5	2	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	
71	4	3	4	4	2	4	4	5	4	3	4	5	2	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	2	5	5	4	4	5	2	4	3	5	4	5	2	5	2	2		
72	5	4	4	2	5	3	3	4	4	3	4	3	3	5	3	5	4	5	4	5	3	4	3	3	5	3	5	4	5	5	3	5	4	5	5	3	3	5	3	5	
73	5	3	2	4	4	3	4	5	5	2	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	2	5	5	4	5	4	5	5	3	2	5	5	3	5	5	5	4	5	2	4	
74	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	5
75	4	3	4	5	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	2	5	5	4	4	4	4	5	4	3	2	4	2	4	2	2	3	4	4	5	2	2		
76	4	5	3	3	3	5	3	3	5	2	4	3	2	3	4	2	3	4	4	5	2	4	3	2	3	4	2	3	4	2	4	4	4	2	4	3	2	3	3	5	
77	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	2	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	2	5	4	3	5	4	3	2	2	4	5	5	2	2	5	4	5	5	
78	5	5	5	5	3	5	4	4	5	2	4	5	5	5	2	2	5	3	5	5	2	4	5	5	5	2	2	5	3	4	4	4	3	5	3	5	5	5	2	2	
79	5	5	4	5	4	5	5	2	2	5	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	2	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	3	5	
80	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	5
81	2	5	3	4	2	4	5	3	2	4	3	2	4	2	3	3	2	3	4	5	4	3	2	4	2	3	3	2	3	3	3	2	5	3	3	2	4	2	5	5	
82	5	3	3	3	3	5	3	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	3	5	2	4	3	2	2	3	3	4	2	4		
83	3	2	3	3	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	5	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	3	4	4	5	3	3	3	5	4	4	
84	5	5	5	2	5	5	2	5	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	2	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	5	4	2	5	5	5	4	5	3	
85	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	3	5	2	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	5	3	4
86	3	4	5	2	5	2	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	3	2	3	4	4	2	4	5	5	5	5	3	2	5	5	4	3	4	2	4	5	5	5	5	
87	1	1	1	5	1	5	1	1	2	5	1	1	1	5	1	5	1	1	5	5	5	1	1	1	5	5	1	1	1	5	5	5	1	5	1	1	1	5	1	1	

87	2	4	4	5	4	5	4	4	3	5	2	4	4	5	2	5	4	4	5	5	5	2	4	4	5	2	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	2	2		
88	3	5	2	2	2	3	3	2	2	5	5	2	3	2	5	3	4	2	4	5	5	5	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	5	3	2	3	2	3	5		
89	4	4	5	5	3	3	3	4	3	2	4	5	5	4	5	4	2	4	4	4	2	4	5	5	4	5	4	2	4	2	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	
90	3	4	5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
91	5	5	4	4	5	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	4	3	2	4		
92	4	4	3	4	2	5	4	5	5	4	4	4	2	5	2	5	3	2	2	5	4	4	4	2	5	2	5	3	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	5	4	4
93	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	5
94	5	5	4	4	2	3	3	2	2	4	4	5	3	2	3	5	2	4	4	3	4	4	5	3	2	3	5	2	4	2	3	3	2	2	5	5	3	2	4	2	2	
95	3	3	2	4	5	2	4	3	2	2	2	4	5	3	2	4	4	5	5	5	2	2	4	5	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	3	2	4	
96	2	5	3	2	2	2	2	5	3	3	3	4	5	2	4	2	3	4	2	4	3	3	4	5	2	4	2	3	4	3	4	2	3	2	4	4	5	2	3	3	3	
97	5	3	3	3	3	5	3	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	3	5	2	4	3	2	2	2	3	3	4	2	4		
98	3	2	3	3	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	5	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	3	4	4	5	3	3	3	5	4	4		
99	5	5	5	2	5	5	2	5	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	2	4	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4	2	5	4	2	5	5	5	4	5	3		
100	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	2	2	2	2	3	5	2	2	2	3	5	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	5	3	4		
101	3	4	5	2	5	2	4	5	4	4	2	4	5	5	5	5	3	2	3	4	4	2	4	5	5	5	5	3	2	5	5	4	3	4	2	4	5	5	5	5		
102	2	4	4	5	4	5	4	4	3	5	2	4	4	5	2	5	4	4	5	5	5	2	4	4	5	2	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	2	2		
103	3	5	2	2	2	3	3	2	2	5	5	2	3	2	5	3	4	2	4	5	5	5	2	3	2	5	3	4	2	3	2	5	3	5	3	2	3	2	3	5		
104	4	4	5	5	3	3	3	4	3	2	4	5	5	4	5	4	2	4	4	4	2	4	5	5	4	5	4	2	4	2	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5		
105	3	3	2	4	5	2	4	3	2	2	2	4	5	3	2	4	4	5	5	5	2	2	4	5	3	2	4	4	5	5	5	5	5	2	4	4	5	3	2	4		
106	2	5	3	2	2	2	2	5	3	3	3	4	5	2	4	2	3	4	2	4	3	3	4	5	2	4	2	3	4	3	4	2	3	2	4	4	5	2	3	3		
107	5	3	3	3	3	5	3	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	3	5	2	4	3	2	2	2	3	3	4	2	4		
108	3	2	3	3	5	5	5	4	3	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	5	3	4	3	3	5	4	5	4	5	2	3	4	4	5	3	3	3	5	4	4		

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

NO APLICABLE

PROPÓSITO DEL ESTUDIO

(Para que se va a realizar el estudio)

PROCEDIMIENTO PARA LA TOMA DE INFORMACIÓN

(Metodología a seguir para la toma de información)

RIESGOS

(Riesgos que se podrían presentar para el que brinda información)

BENEFICIOS

(Beneficios que se podrían presentar para la institución del que brinda información). No representa ningún tipo de beneficio económico para el encuestado)

COSTOS

(Costos que se podrían presentar para el que brinda información). No representa ningún costo para el encuestado ni para su institución.

INCENTIVOS O COMPENSACIONES

(Incentivos o compensaciones que se le podrían dar a el que brinda información)

TIEMPO

(Duración de la toma de información)

CONFIDENCIABILIDAD

(Participación voluntaria y anónima, de ser el caso). Los datos recabados serán utilizados estrictamente en la presente investigación respetando su estrictamente su confidencialidad, los cuales serán eliminados al término del estudio.

CONSENTIMIENTO:

Acepto voluntariamente participar en esta investigación. Tengo pleno conocimiento del mismo y entiendo que puedo decidir no participar y que puedo retirarme del estudio si los acuerdos establecidos se incumplen.

En fe de lo cual firmo a continuación:

Apellidos y Nombres

DNI N° _____

Los cuestionarios fueron aplicados a los usuarios, en forma directa cuando transitaban por lugares cercanos al comedor o instalaciones del hospital, los cuales lo realizaron en forma voluntaria, por lo que no se requirió autorización de alguna entidad para el trabajo de campo.

ANEXO 7: Declaratoria de autenticidad de Tesis

Yo, José Yamser Noel Tamayo, identificado con DNI 10718418, egresado del Programa de Maestría en Administración y Dirección de Empresas, declaro bajo juramento que:

Soy autor de la tesis titulada: Sistema de calidad y satisfacción de usuarios del comedor del servicio de nutrición, Hospital Nacional Guillermo Almenara Irigoyen, Lima-2021.

En muestra de lo cual firmo la presente Declaratoria.

Lima, 08 febrero de 2023

.....

DNI.....