

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
KHIPU**

Programa de estudios Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras



Trabajo de investigación

Calidad de servicio en el restaurante Carpe Diem, Cusco, - 2024

Línea de investigación:

Desarrollo Económico

Presentado por:

Yesbi Garcia Quispe

Código ORCID: 0009-0006-4020-7833

Para optar al grado académico de Bachiller en
Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

Asesor:

Mg. Oscar Deza Motohasi

Código ORCID: 0000-0003-1311-5256

CUSCO – PERÚ

2024



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación, podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Aquibel Turnitin
Título del ejercicio:	SIN DEPOSITO 04
Título de la entrega:	Bachillerato Yesbi 2.docx
Nombre del archivo:	Bachillerato_Yesbi_2.docx
Tamaño del archivo:	216.2K
Total,	41
páginas: Total de	7,253
palabras: Total de	40,669
caracteres: Fecha	23-sept.-2024 07:03p. m. (UTC-0500)
de entrega:	2463503764

Identificador de la entre...

ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA
PRIVADA KHIPU
Programa de estudios Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras



Trabajo de investigación
Calidad de servicio en el restaurante Carpe Diem, Cusco. - 2024

Línea de investigación:
Desarrollo Económico

Presentado por:
Yesbi García Quispe
Código ORCID: 0009-0006-4020-7533

Para optar al grado académico de Bachiller
en Administración de Empresas Turísticas
y Hoteleras

Asesor:
Dr. Oscar Deza Moñhasi
Código ORCID: 0000-0003-1311-3256

CUSCO – PERU
2024

PAPER NAME

Documento sin título

AUTHOR

-

WORD COUNT

5502 Words

CHARACTER COUNT

29666 Characters

PAGE
COUNT

27 Pages

FILE SIZE

35.2KB

SUBMISSION DATE

Sep 21, 2024 12:21 PM GMT-5

REPORT DATE

Sep 21, 2024 12:21 PM GMT-5

● 21% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each

database. • 19% Internet database

• 1% Publications database

• 15% Submitted Works database

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, agradezco a Dios, por permitirme cumplir con mis metas y llegar hasta este punto, a mis docentes por la enseñanza otorgada y de seguro me servirán en mi desarrollo profesional, a mis padres por la motivación del día a día y a mi familia por ser el motivo de mi lucha diaria y el esfuerzo que merece este proyecto.

Finalmente, quiero expresar mi agradecimiento a la Escuela Superior Khipu Tech, por proporcionarme los recursos y el espacio idóneo para llevar a cabo este proyecto de investigación.

Este trabajo no hubiera sido posible sin el apoyo y la colaboración de todos ustedes. A cada uno de ustedes, mi más sincero agradecimiento.

ÍNDICE

Contenido

AGRADECIMIENTOS	i
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
CAPÍTULO PRIMERO	8
INTRODUCCIÓN	8
1.1. Descripción del Problema	8
1.2. Formulación del Problema	12
1.2.1. Problema General	12
1.2.2. Problemas Específicos	12
1.3. Justificación de la Investigación	13
1.3.1. Justificación Social	13
1.3.2. Implicancias practicas	13
1.3.3. Justificación Teórica	14
1.3.4. Justificación Metodológica	14
1.3.5. Viabilidad	14
1.4. Objetivos de la Investigación	15
1.4.1. Objetivo General	15
1.4.2. Objetivos Específicos	15
1.5. Delimitación	15
1.5.1. Delimitación Temporal	15
1.5.2. Delimitación Espacial	16
1.5.3. Delimitación Conceptual	18
1.5.4. Delimitación Social	19
CAPITULO II	21
MARCO TEÓRICO	21
2.1. Antecedentes de estudios	21
2.1.1. Antecedentes internacionales	21
2.1.2. Antecedentes nacionales	23
2.1.3. Antecedentes locales	25
2.2. Bases teóricas	27
2.2.1. Calidad de servicio. Conceptos	27
2.2.2. Objetivos de la Calidad de Servicio	28
2.2.3. Características de la Calidad de Servicio	28
2.2.4. Dimensiones de la Calidad de Servicio	29
2.2.4.1. Infraestructura 29	
2.2.4.2. Capacidad de respuesta	30

2.2.4.3.	Fiabilidad	30
2.2.4.4.	Atención del personal	31
2.3.	Marco conceptual.....	31
2.3.1.	Caducidad:	31
2.3.2.	Calidad:	32
2.3.3.	Calidad de servicio:.....	32
2.3.4.	Capacidad de respuesta:	32
2.3.5.	Competencia:	32
2.3.6.	Consistencia:	32
2.3.7.	Descuentos.....	32
2.3.8.	Empatía:.....	33
2.3.9.	Estrategia:	33
2.3.10.	Fiabilidad:.....	33
2.3.11.	Forma de pago:	33
2.3.12.	Heterogeneidad:	33
2.3.13.	Intangibilidad:	33
2.3.14.	Inseparabilidad:	34
2.3.15.	Plaza:.....	34
2.3.16.	Proveedores: 34	
2.3.17.	Responsabilidad:	34
2.3.18.	Seguridad:.....	34
METODOLOGIA.....		35
3.1.	Tipo de investigación	35
3.2.	Alcance o nivel de la investigación	36
3.3.	Enfoque de la investigación	36
3.4.	Diseño de la investigación	36
3.5.	Población.....	36
3.5.1.	Población	36
3.6.	Técnica e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.7.	Técnica de procedimiento de datos	37
3.8.	Plan de análisis de datos	37
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		42
Matriz de categorización		45
Matriz de consistencia		46
FICHA DE OBSERVACION		48

RESUMEN

La presente investigación, titulada "Calidad de Servicio en el restaurante Carpe Diem – 2024", aborda como problema principal conocer la calidad del servicio ofrecida por el restaurante. El objetivo general fue describir la calidad del servicio ofrecida por el restaurante Carpe Diem. La metodología aplicada fue de enfoque descriptivo, con un diseño no experimental, transversal, de nivel descriptivo y tipo básico. Se empleó la técnica de observación y la herramienta de ficha de observación entre los comensales del restaurante. Finalmente se concluyó que se el restaurante presenta diversas deficiencias originadas por la inexistencia de un manual de organización y funciones (MOF), las mismas que repercuten en la atención brindada a los comensales. Los trabajadores no conocen con exactitud las funciones que deben desempeñar y esto origina conflictos durante la prestación del servicio.

Palabras clave: Calidad de servicio, restaurante, comensales

ABSTRACT

The present research, entitled “Quality of Service in the Carpe Diem Restaurant - 2024”, addresses the main problem of knowing the quality of the service offered by the restaurant. The general objective was to describe the quality of service offered by the Carpe Diem restaurant. The methodology applied was descriptive, with a non-experimental, cross-sectional, descriptive and basic design. The observation technique and the observation card tool were used among the restaurant's diners. Finally, it was concluded that the restaurant has several deficiencies caused by the lack of a manual of organization and functions (MOF), which have repercussions on the service provided to diners. The workers do not know exactly the functions they should perform and this causes conflicts during service.

Key words: Service quality, restaurant, diners.

CAPÍTULO PRIMERO

INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción del Problema

Actualmente en la industria gastronómica, la calidad de servicio que se presta en un establecimiento es un aspecto de vital importancia ya que ayuda a la fidelización de los clientes, por lo tanto, determinar cómo se percibe la calidad de servicio es crucial para los negocios de este rubro.

La calidad de servicio se mide a través de las percepciones del cliente, además, el nivel de exigencia por parte de los comensales es mayor, es por ello que la industria gastronómica debe optar por implementar estrategias de mejora, capacitar constantemente a sus colaboradores y entrenarlos para un trabajo en equipo óptimo, puesto que la calidad es la evaluación de todo el proceso que se lleva a cabo dentro de un restaurante al momento que atender un comensal. (Ceseña, 2020).

Según Vera (2017) en su investigación sobre la escala de calidad de restaurantes mexicanos sostiene que los factores que determinan la calidad de servicio en el ámbito restaurantero son los siguientes: la infraestructura, presentación de la comida, limpieza de las diferentes instalaciones, sea bar, cocina, salón, variedad de platos y bebidas, conocimiento del mozo sobre la carta, el tiempo de espera para cada plato, el protocolo de servicio, imagen personal de los mozos, cortesía de los colaboradores, el dominio de idioma que es muy importante sea cual sea el tipo de restaurante. Así mismo se hicieron encuestas donde se obtuvieron resultados clave para determinar lo que el comensal toma en cuenta al momento de recibir el servicio y considerar si es o no un servicio de calidad.

Por otro lado, en la economía, la industria culinaria juega un papel muy importante en el PBI de un país, por lo cual es la industria que genera un buen porcentaje de empleos e impulsa el desarrollo del turismo. Por lo tanto, beneficia directa o indirectamente a los productores locales y fortalece la cadena de suministros. Además, la gastronomía genera un impacto positivo en el comercio a nivel internacional. Todos los platos y productos originarios de un lugar pueden servir para la exportación de esa manera generando ingresos para un país. Así mismo la industria gastronómica fomenta la inversión e inspira a crear nuevos emprendimientos con un servicio de calidad. (Balcázar, 2023).

Mientras tanto en el Perú, se ha evidenciado que la industria gastronómica es un pilar fundamental para el crecimiento económico, así como lo decreta el INACAL (Instituto Nacional de Calidad) que la gastronomía representa un factor importante para el sector turismo ya que su contribución con el PBI nacional representa alrededor del 2.5%, adicionalmente genera más un millón de empleos. El mismo estudio hace mención del valor de la gastronomía peruana que está considerada entre los mejores destinos culinarios del mundo, para ello se implementó una norma técnica que establece diversas exigencias en cuanto a la calidad, salubridad e inocuidad en los servicios prestados por las empresas gastronómicas peruanas.

En la región del Cusco, según una investigación que realizó Niubiz de mayo a junio del presente año, mencionó que los restaurantes y bares podrían estimar un incremento del 51 % en ventas, todo ello gracias a las fiestas jubilares de la ciudad del Cusco. De tal forma se considera que las festividades son

oportunidades para mostrar el potencial gastronómico que posee nuestra región para otorgar una experiencia culinaria extraordinaria (El Peruano, 2024).

El Cusco, al ser considerado el primer destino turístico del Perú, ofrece una amplia variedad de servicios gastronómicos. Esta competencia está basada no solo en la calidad de los alimentos sino también en la calidad del servicio prestado. Los establecimientos deben considerar cubrir estos aspectos de manera satisfactoria hacia sus comensales y también hacia sus colaboradores ya que son ellos los que finalmente brindan el servicio, el resultado final, asegura posicionarse adecuadamente entre los miles de turistas que los visitan. (Najar Obando, 2020).

Carpe Diem es un restaurante turístico ubicado en la calle Plateros N.º 361, y pertenece al rubro gastronómico. Este establecimiento fue fundado por su actual gerente general y propietaria, gracias a la visión culinaria del chef italiano Lorenzo Zanchin, quien concibió un menú basado en la gastronomía italiana, fusionada con productos peruanos, dando origen a exquisitos platos especializados en pastas y pizzas. Con cinco años de operación en la ciudad de Cusco, el restaurante tiene como objetivo ofrecer una experiencia culinaria auténticamente italiana.

No obstante, en el servicio al cliente por parte del personal se observan ciertas deficiencias. Una de ellas es la ausencia de una herramienta fundamental para definir las responsabilidades de los colaboradores: el Manual de Organización y Funciones (MOF). Este documento permitiría establecer claramente los perfiles de puesto, las funciones específicas y la estructura organizacional del restaurante, facilitando así el desempeño laboral. La carencia del MOF en Carpe Diem se traduce en dificultades en la capacidad de respuesta,

la exactitud y la precisión del servicio ofrecido a los clientes dentro del establecimiento, tal como se destaca en (Gob.pe, 2021).

Adicionalmente, el restaurante Carpe Diem no cuenta con un maître que pueda delegar funciones, asignar áreas de trabajo a los mozos, supervisar la presentación del personal de sala y, crucialmente, llevar un control riguroso del servicio en cada mesa. Esta ausencia contribuye a un cierto grado de ineficiencia en la atención en sala, ya que el personal carece del conocimiento de técnicas y protocolos de servicio adecuados, lo que genera cuellos de botella durante las horas de mayor afluencia.

En cuanto al conocimiento de la carta por parte de los mozos, se evidencia que Carpe Diem no implementa un proceso de inducción durante la contratación. Como resultado, los nuevos empleados desconocen la oferta gastronómica y las características de cada plato, limitando su capacidad para ofrecer recomendaciones. Asimismo, al iniciar sus funciones, los nuevos colaboradores no son presentados a sus compañeros o superiores, ni se realiza un recorrido por las diferentes áreas del restaurante (salón, caja, cocina y bar), aspectos fundamentales para comprender el funcionamiento integral del establecimiento y, por ende, ser eficientes en el servicio.

Respecto a la infraestructura, la alta demanda del restaurante se convierte en un factor negativo para los clientes, especialmente a partir de las 6:00 p.m. El prolongado tiempo de espera, sin una sala de espera adecuada (el espacio del primer piso se limita a la barra, la caja y tres mesas, mientras que el segundo piso tiene una capacidad de solo 30 personas en 12 mesas), genera molestias debido a las bajas temperaturas durante la espera.

Finalmente, en relación con la fiabilidad, que abarca las expectativas del cliente desde su llegada, la ausencia de una anfitriona es un punto recurrente en los comentarios negativos encontrados en diversas plataformas digitales. De igual manera, durante la entrega de los pedidos, se presentan errores en los platos o tiempos de espera excesivos. Es importante mencionar también que, en ocasiones, los meseros no demuestran disposición para atender las solicitudes de los comensales. El idioma representa otro factor crítico que afecta la calidad del servicio, especialmente en un destino turístico como Cusco, donde la interacción con clientes extranjeros con poco dominio del español puede generar problemas de comunicación entre el comensal y el mesero.

El siguiente trabajo de investigación permitirá conocer la calidad de servicio que se brinda en el restaurante Carpe Diem, en consecuencia, se planteará recomendaciones para cada problema existente y de tal manera se podrá conocer, detallar, analizar e implementar estrategias de mejora la forma en la que el restaurante pueda brindar un servicio de excelencia en el rubro gastronómico.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cómo es la calidad de servicio en el restaurante Carpe Diem, Cusco 2024?

1.2.2. Problemas Específicos

¿Cómo es la atención del personal en el restaurante Carpe Diem, Cusco 2024?

¿Cómo es la fiabilidad en el restaurante Carpe Diem, Cusco 2024?

¿Cómo es la infraestructura en el restaurante Carpe Diem, Cusco 2024?

¿Cómo es la capacidad de respuesta en el restaurante Carpe Diem, Cusco 2024?

1.3. Justificación de la Investigación

1.3.1. Justificación Social

La calidad de servicio es clave fundamental para fidelizar al cliente y generar incremento en los ingresos de la empresa, por tal motivo el presente trabajo de investigación tiene relevancia social porque coopera a mejorar la calidad en el servicio en el restaurante Carpe Diem y por ende no solo se tiene clientes satisfechos y leales, sino que también coopera en el crecimiento económico de la región del Cusco.

1.3.2. Implicancias practicas

En la práctica, esta investigación puede servir como contribución para la gerencia, colaboradores administrativos, operativos aportando estrategias de mejora en la calidad en el servicio otorgado. Cabe mencionar que todo lo que percibe el cliente es muy importante para medir la calidad en el servicio, por tanto, identificar las diferentes áreas de trabajo hará posible que el trabajo en equipo sea totalmente eficiente y exitoso. Finalmente, las implicancias prácticas de esta investigación no solo favorecen al establecimiento, sino que también coopera en la mejora de la calidad en el servicio de todos los establecimientos a nivel regional haciendo de Cusco un lugar con potencial turístico en sus diferentes segmentos.

1.3.3. Justificación Teórica

Desde una perspectiva teórica, el presente trabajo implica en conocer el concepto de calidad y sus respectivas dimensiones ya que es importante para determinar el nivel de satisfacción del cliente y tomar acciones de mejora en caso no se cumpla las expectativas del cliente. El presente trabajo de investigación analiza todos los aspectos que determinan la calidad en el restaurante Carpe Diem mediante un enfoque teórico y práctico.

1.3.4. Justificación Metodológica

Esta investigación utiliza métodos cualitativos para obtener una comprensión profunda de la calidad de servicio en el sector gastronómico, proponiendo el uso de una ficha de observación como instrumento de recolección de datos. Además de beneficiar al restaurante estudiado, esta metodología puede ser aplicada y adaptada por otros establecimientos de alimentación, proporcionando una herramienta práctica para examinar y mejorar la calidad del servicio en la gastronomía.

1.3.5. Viabilidad

La presente investigación es viable gracias a la cooperación de la empresa y la disponibilidad de recursos económicos y tiempo que permitirán que la investigación pueda llevarse a cabo de manera efectiva y que sus

hallazgos sean significativos y aplicables en el contexto empresarial y académico.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivo General

Describir cómo es la calidad de servicio en el restaurante Carpe Diem Cusco 2024.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Describir cómo es la atención del personal en el restaurante Carpe Diem, Cusco - 2024.
- Describir cómo es la fiabilidad en el restaurante Carpe Diem, Cusco - 2024.
- Describir cómo es la infraestructura en el restaurante Carpe Diem, Cusco – 2024.
- Describir cómo es la capacidad de respuesta en el restaurante Carpe Diem, Cusco – 2024.

1.5. Delimitación

1.5.1. Delimitación Temporal

El estudio propuesto se llevó a cabo durante el mes de julio de 2024. Este periodo permitió la recolección y el análisis de los datos necesarios para alcanzar los objetivos planteados. Cabe destacar que dicho mes corresponde a la temporada alta de turismo en la ciudad del Cusco, lo cual

representa un contexto particular que pudo haber influido directamente en la dinámica observada durante la investigación.

Durante esta temporada, la afluencia de visitantes nacionales e internacionales incrementa significativamente, generando una mayor actividad económica y social en la ciudad. Este contexto permitió observar con mayor claridad ciertos comportamientos y patrones relacionados con el objeto de estudio, aportando así una perspectiva más rica y representativa de la realidad local en momentos de alta demanda.

Asimismo, el desarrollo del estudio en este marco temporal resultó estratégico, ya que facilitó el acceso a una muestra más diversa y amplia, lo cual fortaleció la validez de los resultados obtenidos. En este sentido, el mes de julio no solo ofreció condiciones logísticas favorables, sino también un entorno propicio para el análisis de fenómenos que tienden a intensificarse durante este periodo del año.

1.5.2. Delimitación Espacial

La presente investigación se llevó a cabo en el restaurante Carpe Diem, un establecimiento gastronómico ubicado en la calle Plateros N° 361, en el distrito y departamento del Cusco. Esta ubicación espacial resulta estratégica, ya que se encuentra en una zona céntrica y de alta concurrencia turística, especialmente durante la temporada alta. El entorno inmediato del restaurante, caracterizado por una intensa actividad comercial y un flujo constante de visitantes nacionales e internacionales, proporciona un

escenario ideal para observar y analizar las dinámicas propias del sector restaurantero en relación con la calidad del servicio.

La elección del restaurante Carpe Diem como unidad de análisis no fue aleatoria, sino que respondió a criterios previamente establecidos que consideraron su trayectoria, su posicionamiento en el mercado local, así como la percepción que tienen los clientes sobre la atención y experiencia ofrecida. Este establecimiento, conocido por ofrecer una propuesta gastronómica que fusiona elementos de la cocina local e internacional, se ha consolidado como una opción atractiva tanto para turistas como para residentes, lo cual refuerza su relevancia como caso de estudio.

Al situarse en un área altamente competitiva, donde coexisten diversos restaurantes de distintos estilos y categorías, el restaurante Carpe Diem opera en un entorno que exige altos niveles de eficiencia, calidad y diferenciación en el servicio. Este contexto permitió a la investigación no solo recopilar datos relevantes sobre las prácticas internas del restaurante, sino también interpretar dichas prácticas dentro del marco más amplio del comportamiento del consumidor y las expectativas del cliente en un entorno turístico dinámico como el del centro histórico del Cusco.

Asimismo, el estudio se enfocó en identificar aquellos factores que inciden directamente en la percepción de la calidad del servicio, tales como la atención al cliente, la presentación de los platillos, la ambientación del local y el tiempo de espera. Estos aspectos fueron evaluados a través de instrumentos de recolección de datos aplicados tanto a los clientes como al personal del establecimiento, lo que permitió obtener una visión integral de la experiencia de servicio.

En suma, el desarrollo de la investigación en el restaurante Carpe Diem no solo aportó evidencia empírica relevante, sino que también permitió reflexionar sobre las exigencias del sector gastronómico en contextos turísticos y la necesidad de implementar estrategias sostenibles de mejora continua en la calidad del servicio.

1.5.3. Delimitación Conceptual

El presente estudio se fundamentó en los conceptos teóricos de la calidad de servicio y en las estrategias prácticas de su aplicación en el ámbito gastronómico, específicamente en el restaurante Carpe Diem. A partir de este marco conceptual, se analizaron las distintas estrategias implementadas por el restaurante Carpe Diem orientadas a optimizar la experiencia del cliente, así como su impacto directo en la percepción del servicio recibido. Este análisis se llevó a cabo dentro del contexto específico del restaurante, considerando tanto su propuesta gastronómica como su dinámica operativa en un entorno turístico altamente competitivo.

La calidad de servicio fue entendida como un conjunto de factores tangibles e intangibles que influyen en la satisfacción del cliente, tales como la atención personalizada, la eficiencia en el servicio, la presentación de los alimentos, el ambiente del establecimiento y la actitud del personal. En este sentido, el estudio indagó cómo estas variables son gestionadas internamente por el restaurante y qué percepción generan en los comensales al momento de evaluar su experiencia.

En conclusión, el enfoque del estudio permitió no solo evaluar el impacto de las estrategias de calidad implementadas, sino también

proponer recomendaciones concretas para su fortalecimiento, en función de las exigencias del mercado y las particularidades del entorno turístico cusqueño.

1.5.4. Delimitación Social

Esta investigación abarcó a los clientes del restaurante Carpe Diem, ubicado en la ciudad del Cusco, quienes constituyeron la población objetivo del estudio. El enfoque se centró en analizar las percepciones, expectativas y experiencias de estos clientes en relación con la calidad del servicio ofrecido por el establecimiento. Se buscó comprender cómo los distintos elementos que componen la atención al cliente desde el primer contacto hasta la finalización de la experiencia gastronómica influyen en la satisfacción general del comensal.

Para ello, se aplicaron instrumentos de recolección de datos tales como encuestas estructuradas y entrevistas breves, que permitieron captar tanto opiniones cuantitativas como apreciaciones cualitativas sobre el servicio recibido. Las variables evaluadas incluyeron aspectos como la amabilidad del personal, la rapidez del servicio, la presentación de los platos, el ambiente del local y la relación calidad-precio, entre otros factores clave.

El análisis de estas dimensiones permitió identificar no solo el nivel de satisfacción de los clientes, sino también las brechas existentes entre sus expectativas previas y la experiencia efectivamente vivida. Este enfoque resultó fundamental para determinar cuáles son los aspectos que requieren mejoras dentro del restaurante y qué elementos constituyen

fortalezas que pueden ser potenciadas como parte de una estrategia de fidelización y diferenciación en el mercado.

En este sentido, la perspectiva del cliente se consideró un eje central en la investigación, ya que su percepción constituye un indicador directo de la efectividad de las estrategias de calidad implementadas por el restaurante Carpe Diem.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudios

2.1.1. Antecedentes internacionales

Antecedente 1

Según Rodríguez (2020) en tu tesis denominada “Percepción de la calidad del servicio en los fast food de la ciudad de Cali”, teniendo como objetivo determinar la percepción de la calidad en restaurantes fast food de la ciudad de Cali y proponiendo las siguientes conclusiones:

Primero: Los datos obtenidos indican que la calidad de servicio tiene relación directa con la satisfacción, los hábitos de consumo y las preferencias de los comensales.

Segundo: La evaluación es realizada desde el momento que se ingresa al establecimiento y prosigue con la infraestructura, el menú, calidad – precio, todos estos tienen una influencia directa con la percepción de la calidad del servicio.

Tercero: La competencia entre los fast food de la ciudad de Cali es intensa lo que origina que el servicio sea de buena calidad. Existe una evolución constante en ese aspecto y los establecimientos están mejorando día a día sus servicios y atención.

Referente al estudio de Rodríguez (2020), centrado en restaurantes fast food, se reafirma que la percepción del cliente es desde el momento que se apersona al establecimiento, sin embargo, esta investigación se desarrolla en un restaurante turístico tradicional, lo que permite analizar la calidad del servicio en un contexto

más personalizado y cultural. Además, aporta una visión contextualizada al entorno cusqueño durante temporada alta, incorporando factores como la experiencia del cliente en entornos turísticos y la influencia del flujo de visitantes en la percepción del servicio.

Antecedente 2

Según el autor (Otalora, 2021) en su tesis intitulada: “Estrategia de calidad del servicio para mejorar la atención al cliente en heladería, Potosí, Bolivia” plantea el objetivo de diseñar una estrategia que ayude a optimizar la calidad del servicio de la heladería. Las conclusiones de esta investigación fueron:

Primera: Se considera la atención al cliente como un aspecto de suma importancia. Las actividades que se desarrollen para satisfacer adecuadamente a los clientes deben ser implementadas, para ello es necesario tener una comunicación directa con ellos y de esta manera conocer sus expectativas.

Segunda: Se concluye que se han identificado una serie de inconvenientes sobre la atención al cliente, pero también se han identificado que el producto es valorado por las personas que visitan la heladería.

Tercera: La información obtenida permite concluir que se puede establecer una propuesta que considere mejorar la calidad de servicio prestada y de esta manera cambiar la imagen negativa que se tiene sobre el servicio.

Si bien Otalora (2021) se enfoca en diseñar estrategias para mejorar la atención del cliente en una heladería, el presente estudio amplía esta visión al analizar la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente en un restaurante

turístico como Carpe Diem, en Cusco. Aporta además una evaluación directa de las percepciones y experiencias del cliente, considerando no solo la atención, sino también factores como la ambientación, el flujo turístico y la experiencia integral en un entorno de alta demanda.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Antecedente 1

Para García (2021) en su tesis titulado “Relación entre calidad de servicio y la fidelización de los restaurantes turísticos de Tarapoto, 2021”, tiene como objetivo identificar la relación entre la fidelización y la calidad de servicio de los restaurantes turísticos Tarapoto durante el año 2021. Se concluye:

Primero: Como principal conclusión se puede mencionar que existe una relación directa entre la fidelización y la calidad de servicio ofrecida por los restaurantes de la ciudad de Tarapoto.

Segundo: Se concluye que los elementos tangibles del servicio y la fidelización tienen una relación significativa y positiva lo que beneficia a los clientes que visitan los restaurantes turísticos de Tarapoto.

Tercero: Se concluye que la capacidad de respuesta tiene una relación directa con la fidelización ya que los clientes esperan que el servicio sea prestado con prontitud por parte de los colaboradores.

A diferencia del estudio de García (2021), que se enfoca en la relación entre calidad del servicio y fidelización en restaurantes turísticos de Tarapoto, el presente estudio aporta una visión centrada en la experiencia del cliente en un restaurante turístico ubicado en el centro histórico del Cusco, en temporada alta. Además de considerar la fidelización, se profundiza en las percepciones, expectativas y experiencia integral del comensal, incluyendo factores como la infraestructura y la atención del personal.

Antecedente 2

Según el autor (Gamallo, 2019) en su tesis intitulada: “Relación entre el servicio y la satisfacción del cliente del restaurante San Francisco, Chiclayo”, el objetivo propuesto es conocer la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad de servicio del restaurante objeto del estudio. Las conclusiones de esta investigación fueron:

Primera: La relación entre la satisfacción del cliente y la calidad de servicio es positiva moderada luego de la aplicación de los instrumentos de medición y estadísticos.

Segunda: La relación entre los elementos tangibles y las expectativas de los clientes del restaurante es positiva moderada, luego de la aplicación de los instrumentos de medición y estadísticos.

Tercera: La relación entre fiabilidad y empatía de los clientes del restaurante es positiva baja, luego de la aplicación de los instrumentos de medición y estadísticos.

Mientras que Gamallo (2019) establece una relación entre la satisfacción del cliente y la calidad de servicio en un restaurante en Chiclayo, este estudio amplía esa visión al abordar la calidad del servicio en un contexto turístico como el de Cusco. A diferencia de la investigación de Gamallo, que se enfoca en la relación entre elementos tangibles y expectativas, el presente estudio incorpora variables adicionales como la experiencia del cliente en aspectos como la atención de los colaboradores, la infraestructura y la capacidad de respuesta. Todo ello para tener un enfoque más específico.

2.1.3. Antecedentes locales

Antecedente 1

Según Ortiz (2020), en su tesis denominado “Mejoramiento de la calidad de servicio de la cadena de restaurantes Delisse SAC Cusco 2018”. El objetivo planteado fue identificar la calidad de servicio que se ofrece en la cadena de restaurantes DELISSE SAC Cusco, y optando con la metodología de investigación de enfoque cuantitativo y llegando a la conclusión:

Primero: Los elementos tangibles como fiabilidad y capacidad de respuesta presentan serias deficiencias en la cadena de restaurantes Delisse SAC de acuerdo a las respuestas obtenidas en la encuesta aplicada a los clientes.

Segundo: Existe una discrepancia significativa entre la percepción del servicio recibido y las expectativas que tienen los clientes de la cadena de restaurantes.

Tercero: La infraestructura y el aspecto físico de los restaurantes de la cadena no son adecuados, se suma a esto que la capacidad de respuesta y la fiabilidad son consideradas negativas entre los clientes.

A diferencia de la investigación de Ortiz (2020), que se enfoca en identificar deficiencias en la calidad de servicio de una cadena de restaurantes en Cusco, este estudio amplía la comprensión de la calidad del servicio en un restaurante turístico único, como Carpe Diem. Además de analizar los elementos tangibles y la infraestructura, se incorporan factores como la experiencia cultural y la atención personalizada, cruciales en el entorno turístico. El enfoque también se extiende a cómo las expectativas del cliente varían según el contexto y la

temporada alta de turismo, lo que permite un análisis más matizado de la percepción del servicio.

Antecedente 2

Según el autor (Felix, 2018) en su tesis intitulada: “Calidad en el servicio en la quinta restaurante Waly Cusco 2018” presenta como objetivo conocer la situación de la calidad de servicio en la quinta restaurante Waly del Cusco. Las conclusiones de esta investigación fueron:

Primera: Se concluye que el nivel de la calidad de servicio es bueno de acuerdo al 44% de los encuestados. Las dimensiones que se tomaron en cuenta para obtener estos resultados fueron la fiabilidad y capacidad de respuesta.

Segunda. Los elementos tangibles obtuvieron un 46% de aprobación. Entre estos elementos se consideraron las instalaciones y equipos con los que cuenta el establecimiento.

Tercera. Los encuestados consideran que la fiabilidad es buena con un 44%. Entre estos elementos se consideraron la experiencia en el servicio, la prontitud de la entrega y la amabilidad de los mozos.

A diferencia de la investigación de Felix (2018), que evalúa la calidad de servicio en un restaurante específico del Cusco, este estudio aborda un restaurante turístico como Carpe Diem, con un enfoque integral que considera no solo los elementos tangibles y la fiabilidad, sino también aspectos como la infraestructura, la capacidad de respuesta y la atención del personal. Además, mientras que Felix (2018) se enfoca en la capacidad de respuesta y la amabilidad del personal, este estudio incorpora la influencia del ambiente y las expectativas

específicas de los turistas, lo que amplía la comprensión de la calidad del servicio en un entorno turístico.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Calidad de servicio, conceptos

Es un proceso que tiene relación con las percepciones y expectativas de los clientes durante el periodo en que se recibe el servicio. Este concepto incluye la calidad del alimento ofrecido, influencia del capital humano, la calidad de los alimentos y otros factores que afectan la satisfacción y preferencia del cliente (Monroy, 2020).

Según Food consulting (2023) la calidad es el grado de cumplimiento que una empresa puede ofrecer a sus clientes. Se puede percibir como el servicio brindado junto a la experiencia de sabores en un establecimiento de restauración.

Por otro lado, aunque los clientes pueden estar de acuerdo con el servicio, hay señales de que los empleados necesitan mejorar algunas habilidades. Se sugiere establecer mejores formas de contratar y seleccionar al personal, y también mejorar las habilidades de los empleados actuales. Una buena idea podría ser crear un restaurante escuela donde se pueda mejorar tanto la selección de nuevos empleados como la formación continua del personal actual (Chichipe, 2021).

2.2.2. Objetivos de la Calidad de Servicio

Según Hernández (2017) mantener la calidad de servicio en una empresa gastronómica esencial para incrementar la rentabilidad y la lealtad de los clientes, cabe resaltar que en la actualidad si nos referimos a la calidad es lo mismo que cumplir expectativas y exigencias de los comensales que de hecho ahora es mucho más. Para ello es muy importante crear estrategias para cumplir con los parámetros que exige mantener la calidad de servicio en restaurantes. Por tanto, es indispensable tener estándares de calidad elevados para mantener la competitividad en el mercado.

Además, la importancia de la calidad de servicio implica satisfacción de clientes internos y externos de un restaurante ya que la principal motivación de una persona es sentirse bien con lo que hacen y es parte de su vocación y a cambio cumplir sus objetivos.

2.2.3. Características de la Calidad de Servicio

Según Solano (2018) son:

- a) Respuesta inmediata para actuar con inmediatez a los requerimientos de los clientes.
- b) Empatía que se demuestra en un alto grado de implicación con los clientes a través su cuidado y atención.
- c) Intangibilidad, referida a que los servicios no pueden almacenarse y por lo tanto deben ser ofrecidos en todo momento.
- d) Interacción humana que busca hacer contacto entre los clientes y la empresa.

- e) Fiabilidad es poner un servicio a disposición de los clientes de manera segura, cuidadosa y confiable.
- f) Seguridad es la capacidad para demostrar que la empresa está pendiente de las necesidades del cliente. Que la empresa se preocupa de todas sus necesidades.

2.2.4. Dimensiones de la Calidad de Servicio

Según Hernández (2017), las dimensiones de la calidad se basan principalmente en las percepciones que los clientes. Estas son:

2.2.4.1. Infraestructura

La infraestructura se refiere a los componentes físicos, básicamente el espacio del establecimiento. En un establecimiento se puede percibir por ejemplo la fachada, pintura, el letrero con el nombre, material con el cual está construida, la carta, las instalaciones como los servicios higiénicos, la cocina, el bar y otras áreas. También todos los elementos que sirven para la decoración como los cuadros, objetos decorativos, plantas, flores, los utensilios que se usa en el servicio como vajillas, cristalería, menajería en general.

Para León (2009) los elementos tangibles son factores importantes que el cliente percibe al momento de recibir el servicio ya que para ejecutar el servicio es necesario el uso de materiales tangibles.

2.2.4.2. Capacidad de respuesta

Es la actitud que uno toma hacia los clientes con la prontitud posible a las inquietudes o problemas de los comensales y las acciones o atención a los problemas se ejecutan cuando se entiende la situación en el tiempo prudente esperado por el cliente.

Este factor es considerado por los investigadores como la clave para el éxito a largo plazo porque consiste en mantener contacto con el cliente y estar a la disposición del comensal respondiendo a sus necesidades para que estén a gusto y bien atendidos.

Según (Hernandez, 2017) esta dimensión es la más criticada por los clientes que muchas veces sienten poca disposición de los empleados para escuchar sus inquietudes o necesidades. La forma de enfrentarlo es mediante el trabajo en equipo que disminuye los tiempos de ejecución de los procesos.

2.2.4.3. Fiabilidad

Se considera la fiabilidad como el cumplimiento de todas las promesas al cliente, también podemos definir como el cumplimiento de las expectativas del comensal acerca del servicio esperado.

Cabe resaltar que las percepciones de todo lo que espera el cliente es un factor determinante de la calidad, entonces podemos decir que todo lo que uno ofrece en torno al tipo de servicio que se

ofrece, en este caso nos referimos al servicio de restaurante, lo que ofrece en las redes sociales, la presentación de los platos, la limpieza, los precios, accesibilidad, calidad de los insumos, diseño de la infraestructura y el servicio por parte del personal, es todo lo que se debe cumplir con los clientes.

2.2.4.4. Atención del personal

Se considera la atención del personal como la capacidad para generar una comunicación eficiente, cordial y empática con los comensales, superando sus expectativas y anticipándose a todas sus necesidades. (Ceseña, 2020).

De acuerdo con Line, et al. (2020), la atención que brinda el personal debe ser amable, cortés, respetuosa hasta llegar a involucrarse con sus necesidades. Se busca lograr la plena satisfacción de todas sus exigencias.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Caducidad:

Es una característica de los servicios que no pueden ser almacenados como un producto tangible. Este tipo de caducidad puede producir problemas por las fluctuaciones de la demanda. (Ferrel, 2019).

y tener resultados como la satisfacción del cliente, generar

2.3.2. Calidad:

Es sinónimo de excelencia, es ejecutar acciones y tener resultados como la satisfacción del cliente, generar competitividad y aumento de las utilidades de una empresa. (Cubillos, 2019).

2.3.3. Calidad de servicio:

Se define como un proceso relacionado con las expectativas y percepciones del cliente durante el proceso de servicio. Este concepto incluye la influencia del capital humano, la calidad de los alimentos y otros factores que afectan la satisfacción y preferencia del cliente (Monroy, 2020).

2.3.4. Capacidad de respuesta:

Es la inmediatez con la que se atienden las necesidades de los clientes. (Ceseña, 2020).

2.3.5. Competencia:

Desde el punto de vista del marketing es el carácter distintivo entre empresas. (CENFOTUR, 2023).

2.3.6. Consistencia:

Se refiere a la capacidad de brindar un servicio sin altibajos en el tiempo. (Cubillos, 2019).

2.3.7. Descuentos:

Se refiere a la reducción del precio de un producto o servicio de manera temporal. (Ferrel, 2019).

2.3.8. Empatía:

Es por definición cuando la empresa se pone en el papel del comprador para brindarle solución a sus requerimientos. (Cubillos, 2019).

2.3.9. Estrategia:

Son todas aquellas acciones desarrolladas por una empresa en largos periodos de tiempo. (Vega, 2019).

2.3.10. Fiabilidad:

Se refiere a la confianza que deposita el cliente en una empresa, se basa en aspectos como la reputación, etc. (Ceseña, 2020).

2.3.11. Forma de pago:

Se refiere a la diversidad de medios de pago que se ponen a disposición de los clientes para la adquisición de un producto o servicio.

son los medios que se utilizan a través del sistema financiero para recibir dinero, realizar transferencias de dinero entre cuentas de distintas personas y empresas que desarrollan actividades en el país. (Sunat, 2024).

2.3.12. Heterogeneidad:

Es una característica de los servicios que indica que son prestados por personas, lo que causa una imposibilidad de conseguir dos iguales. (Ferrel, 2019).

2.3.13. Intangibilidad:

Son todos servicios que no pueden verse, olerse son de carácter intangible. (Noblecilla, 2018).

2.3.14. Inseparabilidad:

Es una característica de los servicios que indica que estos son producidos y consumidos de forma simultánea. (Noblecilla, 2018).

2.3.15. Plaza:

Se define como la cadena de comercialización de un producto desde que está listo para su venta hasta el momento que el cliente la adquiere. (Ferrel, 2019).

2.3.16. Proveedores:

Son todas aquellas empresas o particulares que proporcionan los recursos que necesita la empresa para producir sus bienes y servicios. (Kotler, 2011).

2.3.17. Responsabilidad:

Es la capacidad que tiene una empresa para entregar con rapidez los productos o servicios para satisfacer las necesidades y deseos de sus clientes. (Ceseña, 2020).

2.3.18. Seguridad:

Se define como la garantía que ofrecen las empresas para manejar las necesidades de sus clientes de manera confiable. (Ceseña, 2020).

CAPÍTULO TERCERO

METODOLOGIA

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo básica porque no se va manipular la variable y la intención es aumentar conocimientos científicos mas no se llevarlos a la práctica.

Según (Ñaupas H. , 2018, pág. 133), la investigación de tipo básica es porque en efecto no está interesada por un objetivo crematístico, su motivación es la simple curiosidad.

3.2. Alcance o nivel de la investigación

Se considera un nivel de investigación descriptivo que de acuerdo a (Ñaupas H., 2018), tiene como objetivo la obtención de datos sobre personas, aspectos, situaciones, etc.

3.3. Enfoque de la investigación

Existen diversos enfoques de la investigación, el presente trabajo aplica el enfoque Cualitativo que de acuerdo a (Ñaupas H., 2018), es aquella que arroja resultados que no son estadísticos. Es cualquier tipo de investigación que produce hallazgos a los que no se llega por medio de procedimientos estadísticos.

3.4. Diseño de la investigación

Se aplicará un diseño No experimental que según Fuentes et al. (2020) es la investigación que no manipula las variables y solamente las observa en su estado natural para posteriormente analizarlas. (Ñaupas H., 2018).

3.5. Población

3.5.1. Población

Se considera la población a los 24 comensales que visitaron el restaurante durante la última semana de julio de 2024. Esta selección responde a la afluencia turística de ese periodo, lo cual es relevante para analizar las expectativas y percepciones de los clientes.

Según autores como Kotler et al. (2015) y Hernández et al. (2010). La elección de esta muestra específica permite obtener datos representativos sobre cómo el servicio es percibido en un contexto turístico de alta demanda. Además, la muestra de 24 personas es adecuada para un enfoque cualitativo, centrado en profundizar en las experiencias individuales de los clientes.

3.6. Técnica e instrumentos de recolección de datos

El presente trabajo de investigación considera como técnica para la recolección de datos la observación. El instrumento de recolección de datos elegido será la ficha de observación

3.7. Técnica de procedimiento de datos

Para la recolección los datos de este estudio se utilizarán fichas de observación. Estas fichas tienen por objeto procesar los datos de manera eficaz y útil para el adecuado avance de la investigación.

3.8. Plan de análisis de datos

Está enfocada a recopilar información mediante fichas de observación que aborden observaciones directas, se busca identificar patrones a la respuesta buscando comprender la percepción de experiencia de la calidad de servicio que proporciona el restaurante Carpe Diem del Cusco a sus clientes.

CONCLUSIONES TEÓRICAS

Primero: Sobre el objetivo principal que fue describir la calidad del servicio ofrecida por el restaurante Carpe Diem del Cusco, 2024, se concluye que presenta diversas deficiencias originadas por la inexistencia de un documento que defina la organización y funciones del establecimiento, las mismas que repercuten en la atención brindada a los comensales. Los trabajadores no conocen con exactitud las funciones que deben desempeñar y esto origina conflictos durante la prestación del servicio.

Segundo: Respecto del objetivo específico referido a describir cómo es la atención del personal en el restaurante Carpe Diem, se concluye que no está estandarizada y por lo tanto es inadecuada. A pesar que la presentación del personal es correcta, el desconocimiento de la carta no permite sugerir adecuadamente los platos que se ofrecen. Sobre la cortesía se nota que ante la presencia de muchos comensales los trabajadores no siempre pueden ser corteses en la atención ofrecida.

Tercero: Respecto del objetivo específico referido a describir cómo es la fiabilidad en el restaurante Carpe Diem se concluye que es inadecuada. La correcta entrega del pedido tiende a sufrir equivocaciones por parte del personal que varias veces entrega el plato a la mesa incorrecta. Sobre la presentación del plato, la cocina cuando está trabajando al tope de su capacidad no presta atención a los detalles en la entrega del plato. Sobre la calidad de insumos se pudo observar que el restaurante varía los proveedores constantemente lo que origina algunos problemas en la calidad de los mismos.

Cuarto: Respecto del objetivo específico referido a describir cómo es la infraestructura en el restaurante Carpe Diem se concluye que a pesar de contar con una iluminación adecuada el diseño del espacio a quedado reducido dada la cantidad de comensales que atiende, este hecho afecta la limpieza de las áreas donde se ubican las mesas.

Quinto: Respecto del objetivo específico referido a describir la dimensión: capacidad de respuesta del restaurante Carpe Diem se concluye que no es adecuada ya que la disponibilidad de los meseros es limitada cuando el restaurante atiende a toda su capacidad, este hecho afecta la resolución de respuesta que los comensales esperaran y el tiempo de entrega de los platos se hace bastante largo lo que genera muchas molestias en los clientes.

RECOMENDACIONES

Primero: Se recomienda a la gerencia del restaurante Carpe Diem que implemente un documento o manual que delimite la organización y funciones que debe tener el personal del establecimiento. Este manual permitirá evitar conflictos laborales durante el desempeño de las funciones realizadas y mejorará la calidad de servicio ofrecida a sus clientes.

Segundo: Se recomienda a la gerencia del restaurante Carpe Diem que preste mayor interés a la atención a sus clientes mediante la implementación de capacitaciones sobre el tema, así como el conocimiento detallado de la carta ofrecida. Estos aspectos no solo beneficiaran a los comensales sino también al restaurante ya que se pueden vender los platos que generan mayor margen de ganancia.

Tercero: Se recomienda a la gerencia del restaurante Carpe Diem que se mejore la fiabilidad de los servicios ofrecidos mediante un flujograma de trabajo que facilite una correcta entrega de los pedidos y la presentación de los mismos. Este flujograma ayudará al personal de cocina y comedor a cumplir con los estándares necesarios para satisfacción de los comensales. Sobre la calidad de los insumos se debe buscar proveedores fijos y confiables con la calidad que se pretende ofrecer.

Cuarto: Se recomienda a la gerencia del restaurante Carpe Diem que se busque ampliar la infraestructura del establecimiento, esto permitirá mejorar el diseño del comedor y la limpieza que se debe tener para satisfacer adecuadamente a los comensales que diariamente confían en sus servicios.

Quinto: Se recomienda a la gerencia del restaurante Carpe Diem que se ponga especial atención en la capacidad de respuesta ofrecida a los comensales en los horarios donde el establecimiento está atendiendo en toda su capacidad. Los negocios de restauración se miden principalmente por la rapidez y la calidad de los platos que ofrecen, siendo estos aspectos claves en la generación de buenos comentarios que finalmente los diferencian de sus competidores

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Balcázar, L. G. (30 de noviembre de 2023). La gastronomía: motor económico del crecimiento y la prosperidad. *Alerta Económica*, pág. 2.
- CENFOTUR. (28 de Febrero de 2023). *La Gastronomía Peruana en el Mundo*. Obtenido de La Gastronomía Peruana en el Mundo: <https://www.cenfotur.edu.pe/2023/boletin-1-2023/la-gastronomia-peruana-en-el-mundo/>
- Ceseña, M. A. (2020). Calidad del servicio. *Universidad y Empresa*, 3;7.
- Chichipe, F. (2021). *Fortalecimiento de capacidades para mejorar la calidad de servicio en el restaurante Batán de Tayta-2020*. Chachapoyas, Perú: Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas. Obtenido de <https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2764/Chichipe%20Segue%20Francisco.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cubillos, M. C. (2019). EL CONCEPTO DE CALIDAD.
- ElPeruano. (23 de julio de 2024). Inti Raymi: ingresos del turismo y gastronomía de Cusco crecerían en 40 % gracias a la fiesta. *Economía*, pág. 2.
- Felix, J. (2018). *CALIDAD EN EL SERVICIO EN LA QUINTA RESTAURANTE WALY, Cusco 2018*. Cusco.
- Food Consulting. (25 de ENERO de 2023). *Food Consulting*. Obtenido de Food Consulting: https://www.foodconsulting.com.ar/food_articulos/la-calidad-del-servicio-en-restaurantes/
- Fuentes, D. T. (2020). *Metodología de la investigación: Conceptos, herramientas y ejercicios prácticos en las ciencias administrativas y contables*. Medellín: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Gamallo, L. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente del restaurante San Francisco, Chiclayo*. Chiclayo.
- GERCETUR. (31 de OCTUBRE de 2023). *TURIWEB*. Obtenido de TURIWEB: <https://www.turiweb.pe/distinguen-a-prestadores-de-servicios-turisticos-de-cusco-con-premio-qori-qente-2023/>
- Gob.pe. (17 de octubre de 2021). *Manual de Organización y Funciones (MOF)*. Obtenido de Manual de Organización y Funciones (MOF): <https://www.gob.pe/institucion/munimarcavelica/informes-publicaciones/2212921-manual-de-organizacion-y-funciones-mof>
- Gómez, M., & Veloso, C. (2021). Quality of service in the hospitality industry: A focus on customer satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 11(1). doi: DOI: 10.1016/j.jhtm.2021.03.004
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. MCGRAW - HILL INTERAMERICANA.

- Hernández, C. (2017). Dimensiones de la calidad de servicio. *Revista Arbitrada Venezolana*.
- León, T. (2009). Comprensión de la calidad en el servicio como la integración de dos dimensiones: tangible e intangible. *Revista Colombiana de Marketing*.
- Line,, N., Hanks., L., Kim, W., & Mattila, A. (2020). Influencia de la atmósfera del restaurante en la satisfacción de los clientes y las intenciones de comportamiento. *Journal of Hospitality Management*, 31(4). doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102497>
- Lopez, C. M. (11 de mayo de 2023). La evolución de la gastronomía en el mundo actual. *Interpresas*, 1. Obtenido de La evolución de la gastronomía en el mundo actual: <https://www.interempresas.net/Hosteleria/Articulos/480178-La-evolucion-de-la-gastronomia-en-el-mundo-actual.html>
- Monroy, M. A. (2020). Calidad del servicio en restaurantes de Todos Santos (México) por concepto de género. *Revista Universidad*(https://www.researchgate.net/publication/348828184_Calidad_de_servicio_en_restaurantes_de_Todos_Santos_Mexico_por_concepto_de_genero), 1-30. doi:<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/>
- Ñaupas, H. (2018). *Metodologia de la Investigacion*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/MetodologiaInvestigacionNaupas.pdf
- Ortiz Medina, R., & Ortiz Medina, L. M. (2020). *Propuesta de mejoramiento en la calidad de servicio de la cadena de restaurantes Delisse SAC Cusco 2018*. Cusco, Perú: Universidad Andina del Cusco. Obtenido de <https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4995/RESUMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Otalora, A. (2021). *Estrategia de calidad del servicio para mejorar la atención al cliente en heladería*. Potosí.
- Rodríguez Victoria, E. O. (2020). *Percepción de la calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida de la ciudad de Cali*. Santiago de Cali, Chile: Universidad Icesi. Obtenido de http://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/87455
- Sanchez, C. (2019). Un estudio de la calidad del servicio en. *Espacios*, 6.
- Significados, E. d. (07 de Agosto de 2024). www.significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/calidad/>
- Solano, J. (2018). CALIDAD DEL SERVICIO Y COMPETITIVIDAD DE LA PYME DEL SECTOR DE RESTAURANTES. *Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo*, 495 - 499.
- Sunat. (07 de Agosto de 2024). www.sunat.gob.pe. Recuperado el 07 de Agosto de 2024, de <https://orientacion.sunat.gob.pe/3045-medios-de-pago-bancarizacion>

Vera, J. (2017). Escala mexicana de calidad en el servicio en restaurantes. *innovar journal*, 5-7.

Matriz de categorización

Categoría	Sub categorías	Indicadores
<p>CALIDAD DE SERVICIO RESTAURANTES</p> <p>La calidad del servicio en restaurantes se define como un proceso relacionado con las expectativas y percepciones del cliente durante el proceso de servicio. Este concepto incluye la influencia del capital humano, la calidad de los alimentos y otros factores que afectan la satisfacción y preferencia del cliente (Monroy, 2020).</p>	<p>Infraestructura</p> <p>Para Line et al. (2020), La infraestructura, generalmente juegan un papel muy importante, entre ellos se puede considerar la música, las luces y la decoración de un restaurante. Estos elementos influyen mucho en cómo se sienten los clientes y en si quieren volver al restaurante o no.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Iluminación • Diseño de espacio • Limpieza
	<p>Capacidad de respuesta</p> <p>Es la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. (Hernández, 2017).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad del mesero • Resolución de respuesta. • Tiempo de entrega de los platos.
	<p>Fiabilidad</p> <p>Es la habilidad de ejecutar el servicio prometido de forma fiable y rigurosa. En otras palabras, se supone que el comensal tiene información respecto a lo que desea recibir, nos referimos a las expectativas que tiene y si estas serán cumplidas. (Sanchez, 2019).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Correcta entrega del pedido • Presentación del plato • Calidad de insumos
	<p>Atención del personal</p> <p>La atención de los clientes se volvió en un tema muy connotado ya que cuando el personal de un restaurante atiende bien a los clientes, estos se sienten satisfechos, tienen una buena opinión del servicio y quieren volver al restaurante (Gómez & Veloso, 2021).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen personal • Conocimiento de la carta. • Cortesía

Matriz de consistencia

TITULO: Calidad de servicio en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2024

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE – DIMENSIONES – INDICADORES			METODOLOGÍA
		VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo es la calidad en el servicio al cliente en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Conocer la calidad en el servicio al cliente en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023.</p>	Calidad de servicio en restaurante	Atención de personal	Presentación del personal Conocimiento de la carta. Cortesía	<p>METODOLOGIA</p> <p>Tipo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Básico <p>Enfoque:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cualitativo. <p>Alcance.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descriptivo <p>Diseño:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental transversal
<p>Problemas Específicos</p> <p>¿Cómo es la atención del personal en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023?</p> <p>¿Cómo es la fiabilidad en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Describir cómo es la atención del personal en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023.</p> <p>Describir cómo es la fiabilidad en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023.</p>		Fiabilidad	Correcta entrega del pedido Presentación del plato Calidad de insumos	

<p>¿Cómo es la infraestructura en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023?</p> <p>¿Cómo es la capacidad de respuesta en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023?</p>	<p>Describir cómo es la infraestructura en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023.</p> <p>Describir cómo es la capacidad de respuesta en el restaurante Carpe Diem, Cusco, 2023.</p>		<p>Infraestructura</p>	<p>Iluminación</p> <p>Diseño de espacio</p> <p>Limpieza</p>	<p>observar</p> <p>TECNICAS E INSTRUMENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observación • Ficha de observación
			<p>Capacidad de respuesta</p>	<p>Disponibilidad del mesero</p> <p>Resolución de respuesta.</p> <p>Tiempo de entrega de los platos</p>	

FICHA DE OBSERVACION				
FECHA DE OBSERVACION: 26/07/2024				
ENCARGADO: Yesbi García Quispe				
TITULO DE TRABAJO: Calidad de servicio en el restaurante Carpe Diem del Cusco				
DIMENSIONES	INDICADORES	SI	NO	OBSERVACIONES
Atención del personal	Presentación del personal		X	Se observa que la presentación del personal del restaurante Carpe Diem no es adecuada, debido a la alta rotación del personal.
	Conocimiento de la carta.		X	Se observa que el conocimiento de la carta del personal del restaurante Carpe Diem no es la adecuada para guiar a los clientes en la elección de los platos.
	Cortesía	X		Se observa que la cortesía del personal del restaurante Carpe Diem es inadecuada debido a la nacionalidad de los clientes es notorio la diferencia.
Fiabilidad	Correcta entrega del pedido		X	Se observa que la entrega de los pedidos por parte del personal del restaurante Carpe Diem tiene equivocaciones.
	Presentación del plato		X	Se observa que la presentación del plato sufre equivocaciones no es estandarizada.
	Calidad de insumos	X		Se observa que la calidad de los insumos es óptima por parte del restaurante Carpe Diem es adecuada.
Elementos tangibles	Iluminación	X		Se observa que la iluminación del restaurante Carpe Diem es adecuada y acorde con los estándares de un restaurante.
	Diseño de espacio		X	Se observa que el diseño del espacio del restaurante Carpe Diem es reducida para atender adecuadamente a los clientes.
	Limpieza		X	Se observa que la limpieza del restaurante Carpe Diem no es la adecuada debido a que no se encuentra un maître quien supervise y más cuando el restaurante se encuentra atendiendo en toda su capacidad.
Capacidad de respuesta	Disponibilidad del mesero		X	Se observa que la disponibilidad de los meseros del restaurante Carpe Diem es inadecuada cuando se atiende en toda la capacidad del establecimiento.
	Resolución de respuesta.		X	Se observa que resolución de respuesta del personal del restaurante Carpe Diem es inadecuada cuando el establecimiento está atendiendo a toda su capacidad.
	Tiempo de entrega de los platos		X	Se observa que el tiempo de entrega de los platos del restaurante Carpe Diem es muy larga cuando y no hay una persona responsable quien supervise.

NOTA: LA FICHA DE OBSERVACIÓN FUE APLICADA A LOS COMENSALES DEL ESTABLECIMIENTO