



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD DEL SERVICIO EN LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE, SECTOR SERVICIO –
RUBRO RESTAURANT: ESTUDIO DE CASO PIKALO´S DEL DISTRITO
DE SAN VICENTE DE CAÑETE, AÑO 2019.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

BACH. JAVIER SILVER PALOMINO MANRIQUE

ASESOR:

MGTR. JESÚS ALEJANDRO JURADO GUILLÉN

CAÑETE – PERÚ

2019

TITULO DE LA TESIS


CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE DE LA MYPE, SECTOR SERVICIO – RUBRO RESTAURANT: ESTUDIO DE
CASO PIKALO´S DEL DISTRITO DE SAN VICENTE DE CAÑETE, AÑO 2019.

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

FIRMA DEL JURADO Y ASESOR



Dra. Adm. Carmen Rosa Zenozain Cordero
Presidente



Lic. Adm. Víctor Hugo Espinosa Otoyá
Miembro



Mgtr. Lizbeth Giovanna Ralli Magipo
Miembro



Mgtr. Jesús Alejandro Jurado Guillén
Asesor

Agradecimiento

Agradezco a Dios por bendecirme siempre y guiarme en el transcurso de mi carrera profesional.

Gracias a mis padres Silverio, Gumersinda por ser mi motor y motivo a seguir logrando mis metas.

Agradecimiento enorme a mis docentes de la carrera profesional de administración, por compartir sus conocimientos, en especial a mi tutor de investigación Mg. Jesús Alejandro Jurado Guillén por su paciencia y guiarnos a conseguir culminar nuestro proyecto.

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo de investigación en primer lugar

A Dios por las bendiciones que me ha dado en mi vida, por estar

Siempre a mi lado y permitirme llegar a esta etapa de mi carrera y

Poder culminarla con éxito.

A toda mi familia, especialmente a mis padres quien ha sido un

Pilar fundamental en mi formación como persona y profesional,

Por brindarme la confianza, consejos y apoyarme con espíritu

Alentador en el logro de mis metas y objetivos.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado Características de Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la Mype, Sector Servicio – Rubro Restaurant: Estudio de Caso “Pikalo’S” del Distrito de San Vicente de Cañete, Año 2019. “tiene como objetivo determinar las principales características de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la MYPE, Sector Servicio – Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete, Año 2019. Asimismo, tuvo como metodología un enfoque Cualitativo, de diseño No Experimental –Transversal, con un nivel descriptivo. Se aplicó una técnica de entrevista al propietario de la empresa cuyos resultados han servido como pilar para conocer la calidad del servicio en la satisfacción del cliente. La presente investigación se dio conocer que si el Restaurant “PIKALO’S” si cuenta con un buena infraestructura con equipo de herramientas renovado y personal interno reciben una buena formación en relación a su trabajo para brindar calidad del servicio a los clientes y así obtener resultados satisfactorios, para el restaurant.

Mostrándose que sus colaboradores si brinda un servicio de calidad a sus clientes para que se encuentre satisfecho, por son ellos quienes genera el crecimiento de la empresa e incremento de su mercado. Se concluye que la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en restaurant PIKALO’S, es buena ya que se encuentra satisfechos los clientes con el servicio recibido.

Palabras claves: Calidad, Clientes, Satisfacción, servicio, MYPES

ABSTRAC

The present work of investigation denominated features of Quality of the Service in the Satisfaction of the Client of the Mype, Sector Service - Rubro Restaurant: Study of Case "Pikalo'S" of the District of San Vicente de Cañete, Year 2019. "has like objective to determine the main characteristics of the Service Quality in Customer Satisfaction of the MSE, Service Sector - Restaurant Sector: Case Study "PIKALO'S" of the District of San Vicente de Cañete, Year 2019. Likewise, it had as a methodology a Qualitative approach , Non-Experimental -Transversal design, with a descriptive level. An interview technique was applied to the owner of the company whose results have served as a pillar to know the quality of the service in customer satisfaction. The present investigation was informed that if the Restaurant "PIKALO'S" if it has a good insfractructura with renewed tools team and internal staff receive a good training in relation to their work to provide quality of service to customers and thus obtain results satisfactory, for the restaurant.

Showing that its collaborators provide a quality service to their clients so that they are satisfied, because they are the ones that generate the growth of the company and increase its market. It is concluded that the quality of service in customer satisfaction in PIKALO'S restaurant, is good because customers are satisfied with the service received.

Keywords: Quality, Customers, Satisfaction, service, MYPES

INDICE

TITULO DE LA TESIS	ii
HOJA JURADO EVALUADOR Y ASESOR DE TESIS	¡Error! Marcador no definido.

Agradecimiento	iii
RESUMEN	v
ABSTRAC	vi
I. Introducción	1
II. Revisión de la Literatura	3
2.1 Antecedentes	3
a) Antecedentes Internacionales:	3
2.2.1 Teoría Clásica de la Administración	10
2.2.2 Teoría de la calidad.....	10
2.2.3 La teoría de servicio.....	11
2.2.4 Teoría de la satisfacción del cliente	12
2.2.5 Teoría de las MYPE	13
2.3 . Marco Conceptual	13
2.3.1 Calidad de Servicio	13
2.3.1 LA MYPE.....	17
2.3.2 Restaurant	19
2.3.3 Tipo de Restaurant por categoría	20
IV Metodología	21
4.1 Tipo de la Investigación	21
4.2 Nivel de la investigación	21
4.3 Diseño de la Investigación	22
4.4 Población y Muestra	22
4.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	22
4.6 Matriz de Categorización	24
4.7 Plan de análisis	26
4.8 Matriz de Consistencia	26
4.9 Principios éticos	28
V. Resultados	29

5.1	Guía de Entrevista	29
5.3	Análisis de Resultados	34
VI	Conclusiones	35
	Aspecto Complementario	37
	Referencias Bibliográficas:	37
	ANEXO N° 1	41
	ANEXO N° 2	42
	ANEXO N° 3	43
	ANEXO N° 4	43

I. Introducción

Actualmente la micro y pequeña empresa posee un destacable comportamiento dentro de la economía peruana, su aporte se incrementa continuamente al ser el tipo empresarial más difundido a nivel nacional. En los últimos años el Perú ha sido reconocido como “El mejor destino culinario de mundo”. Según las estadísticas del INEI nos indica que el rubro Restaurante tiene un porcentaje que se va elevando cada año, tomando como referencia que en el año 2018 tuvo un crecimiento del 3.56%.

Según la investigación realizada en el restaurant “PIKALO’S” el servicio que brinda es de buena calidad, ya que emplean adecuadamente los elementos tangibles, mostrándose así una buena capacidad de respuesta hacia los clientes ya que son atenciones personalizadas tiene una buena infraestructura y obteniendo satisfecho a los clientes y así la empresa tendrá un resultado positivo en su crecimiento económico.

Por lo expuesto mi siguiente enunciado del problema es el siguiente ¿Cuáles son las Principales Características de la Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la Mype, Sector Servicio –Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019? Por lo siguientes se plantean el objetivo general: Determinar las principales características de calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Mype, Sector Servicio –Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019”. Considerando objetivo específicos:

a) Describir las características de Calidad del Servicio de la Mype, Sector Servicio –Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019”.

b) Describir las características de la satisfacción al cliente de la Mype, Sector Servicio –Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019”.

Así contara una justificación en la práctica porque permite aplicar en todo tipo de restaurante que contribuirá para mejorar y esta investigación sirve como base seguir constantemente que el restaurante realice de manera eficiente y eficaz de aplicar métodos y estrategias administrativa para mejorar la calidad de servicio y a su vez ayudara a generar un ingreso. En su justificación teórico evaluaremos la calidad del Servicio en la satisfacción del cliente, la micro pequeña empresa restaurante permitirá diseñar las estrategias de calidad de servicio para lograr la satisfacción y expectativas de sus clientes. Por lo cual se logren mejorar o modificar algunos aspectos necesarios.

En su justificación metodológica el estudio que se realizará mediante el uso de una entrevista esto ayudará identificar la calidad de servicio y retribuye a buscar la relación de los mercados potenciales o la demanda potencial de este tipo de servicio que en la actualidad lo vienen brindando aquella empresa que busca el nivel de la calidad de servicio y satisfacción del cliente, para ello utilizamos la adaptación de un instrumento, el cual brindará una información verídica.

Asimismo, tuvo como metodología un enfoque Cualitativo, de diseño No Experimental – Transversal, con un nivel descriptivo. Se aplicó una técnica de entrevista al propietario de la empresa cuyos resultados han servido como pilar para conocer la calidad del servicio en la satisfacción del cliente. Mostrándose que sus colaboradores brindan un servicio de calidad a sus clientes para que se encuentre satisfecho, por son ellos quienes genera el crecimiento de la empresa e incremento de su mercado. Se concluye que la calidad del servicio en la

satisfacción del cliente en restaurant PIKALO´S, es buena ya que se encuentra satisfechos los clientes con el servicio recibido.

II. Revisión de la Literatura

2.1 Antecedentes

a) Antecedentes Internacionales:

Cárdenas Mora (2013). En su tesis titulada: Guayaquil – Ecuador.: “Análisis del Servicio al Cliente en el Restaurante La Rivera y su Impacto en la Calidad del Servicio e Imagen del Establecimiento”. Este informe de Tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración. En este trabajo el Autor Propone como Objetivo Principal: Analizar la calidad y calidez del servicio que brindan los meseros en el Restaurante La Rivera, estudiando el comportamiento de los mismos para diseñar una propuesta para el mejoramiento del servicio. Además indagar el proceso de reclutamiento y detalles del perfil que solicita el restaurante para posibles aspirantes a meseros; En la Investigación se usó la metodología cuantitativo descriptiva, analítica; aplicando el método de observación como instrumento de recolección de datos, mediante el cual analizará las cualidades y actitudes del personal de ventas (meseros) durante su contacto con los clientes; concluye que el autor interpreto, que los meseros que son contratados no son capacitados oportunamente para atender a los clientes, pues se busca un perfil básico de reclutamiento, la

inexistencia de una persona especializada en recursos humanos para la contratación del personal hace que la administración contrate empíricamente a quien mejor les parece, sin hacer un previo análisis para las cualidades de la persona llamada para el cargo.

Villalba (2016). En su Tesis titulada: “Análisis de Calidad del servicio y Atención al cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora”. Esta Investigación es para optar el Título de Ingeniería en Gestión Hotelera. En este trabajo el Autor Propone como Objetivo Principal analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos, uso la metodología cualitativo ,de investigación fue descriptiva, el mismo que llego a las siguientes en conclusiones el autor interpreto: La mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; y la insfractura, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente.

López (2018). En su Tesis titulada: “Calidad de servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy`s de la ciudad de

Guayaquil”. Esta Investigación es para optar el Grado Académico de Magister en Administración de Empresas. El autor propone como objetivo general: determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy`s de la ciudad de Guayaquil, la metodología de investigación se basó en un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, el autor interpretó las siguientes conclusiones: Se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Se demuestra que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy`s se evidencio que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido.

Escandón (2017). En su Tesis titulada: “Propuesta para la mejora de los Servicios en el Bar Restaurante Macho Sports en Plaza del Sol en la Ciudad de Guayaquil”. Este Investigación es para optar el Grado Académico de Licenciado en Hotelería y Turismo. El autor propone como objetivo general proponer un plan de acción estratégico enfocado a la optimización del perfil y la demanda de los servicios en el bar restaurante Macho Sports, la metodología de investigación se basó en un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, método deductivo – inductivo, el autor interpreto las conclusiones: Los resultados en la calidad de los servicios revelan que en la empresa los empleados ofrecen los servicios pero no de manera correcta, no prestan

atención a las necesidades del cliente, así mismo no brindan una atención personalizada ya que la gran mayoría de clientes indico que no reciben un trato amable, también es demasiado el tiempo que esperan para ser atendidos provocando malestar v pérdida de tiempo en los clientes, además que los ambientes en donde esperan no tiene la capacidad adecuada.

Sonia Patricia (2014) en su tesis titulada: “calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede Huehuetenango campus de Quetzaltenango” hutemala. Esta investigación es para optar el Título Profesional en administración. tiene como objetivo general: verificar si la Calidad del Servicio aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, por lo que se presentan antecedentes de tesis, revistas, páginas de internet y periódicos, así como bibliografías de libros, sobre la calidad de servicio y satisfacción del cliente. La metodología usada en esta investigación cualitativo se utilizó entrevista, encuestas y, el procedimiento y diseño el cual fue una investigación experimental. El autor interpreto la conclusión, De acuerdo con los resultados se comprueba que la calidad del servicio si aumenta la satisfacción del cliente en asociación SHARE, sede Huehuetenango, lo cual ayuda al crecimiento integral de la misma, ya que genera que el colaborador esté atento y brinde un servicio excepcional para que el cliente quede satisfecho.

b) Antecedentes Nacionales:

Porras (2013), en su tesis titulada: “Satisfacción de los clientes respecto al servicio gastronómico en el distrito de San Juan de la Virgen – Tumbes 2013”, Esta investigación es para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración. Explican que las personas que visitan San Juan de la Virgen para tomar el servicio gastronómico, en su mayoría tienen estudios superiores, con edades que oscilan entre 21 a 30 años. En el presente trabajo, el autor tiene por Objetivo General: Determinar la Satisfacción de los clientes respecto al servicio gastronómico en el distrito de San Juan de la Virgen – Tumbes 2013. La metodología de investigación fue cualitativo, diseño no experimental y transversal, el tipo es descriptiva, el autor interpreto las conclusiones: Que manifiestan que los clientes que acuden a degustar la gastronomía en los restaurantes de San Juan de la Virgen, manifiestan estar satisfechos a pesar de que el servicio todavía muestra deficiencias, lo más importante para ellos son los precios y el volumen de los platos.

Dávila (2017). En su Tesis titulada: “Evaluación de la calidad del servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”. Esta Investigación es para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas. En la presente investigación, el autor tiene por Objetivo General: Evaluar la calidad del servicio en el restaurante turístico El Cántaro de Lambayeque, la metodología de la investigación se basó en un enfoque cualitativo –descriptivo, el autor concluyo que Los clientes esperan ver en sus instalaciones, una mejor tecnología en sus equipos, muebles y comodidad en el espacio. Así mismo aseguran que el restaurante El Cántaro de

Lambayeque es una MYPE que brinda seguridad, amabilidad y confianza con sus colaboradores y clientes, siendo aquella empresa que prospera y que mayor importancia tiene el rubro de comidas tradicionales los clientes se sienten conformes el servicio brindado por los colaboradores y la calidad de sus platos gastronómicos, aquellos que experimentan la combinación de los ingredientes más tradicionales de la comida Lambayecana, llegando así a satisfacer sus necesidades procurando así que el servicio sea viable.

Dioses, (2015). Tumbes – Perú. En su tesis titulada: “Evaluación de la calidad del Servicio del Servicio de Hotel “Boulevard”, de la Provincia de Zarumilla, Departamento de Tumbes, Utilizando Estándares de las Buenas Prácticas, durante el año 2014”; esta investigación es para obtener el título profesional licenciado en Administración. el autor tiene por Objetivo General: Evaluar la calidad del servicio del Hotel “Boulevard” de la Provincia de Zarumilla – Tumbes, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2014; la metodología de la investigación cualitativos y cuantitativos con un diseño de investigación de caso único transversal; aplicando técnicas e instrumentos de como: observación, entrevista, revisión documental y cuestionarios al propietario y trabajadores del Hotel; el autor interpreto las conclusión: Que el personal que conforma el equipo de trabajo de la empresa no cuenta con la preparación necesaria para desempeñarse en un hotel, ya que en su mayoría su formación llega hasta la educación secundaria; asimismo, en su mayoría son gente de otra región pero que radican en Tumbes, elemento

positivo tanto para la estabilidad de la empresa como para la comunidad, ya que la empresa es una fuente de trabajo para la sociedad.

Urbina Cabrera (2015) en su tesis titulada “la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa: corporación norte S.A.C. – ciudad de Trujillo” Trabajo de investigación Profesional para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración. En el presente trabajo, el autor tiene por Objetivo General: establecer las estrategias de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa: corporación norte S.A.C. – ciudad de Trujillo periodo, 2015. En la Investigación se usó la Metodología Cualitativa con Diseño no experimental – descriptivo. El autor interpreto la conclusión: lo que puedo percibir de esta investigación de tesis es que los resaltan que los propietarios de la empresa tomen atención, comunicación e con sus colaboradores que deben capacitar constante para brindar un servicio de calidad para generar rentabilidad y su vida en el mercado.

Chupayo (2018). En su Tesis titulada: “Impacto de la Calidad del servicio en la Satisfacción en la Micro y Pequeña Empresa del rubro restaurante de comida criolla en Ñaña, distrito de Lurigancho Chosica”. Trabajo de Investigación para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Marketing. Teniendo como objetivo explicar el impacto de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes en restaurantes MYPE en Ñaña, distrito de Lurigancho en el periodo 2018, se usó la metodología de investigación fue cualitativa, diseño no experimental y transversal, el tipo descriptiva, en conclusión el autor interpreto, en el rubro de restaurantes MYPE

en el distrito de Lurigancho, es importante tener los equipo de herramientas en buenas condiciones, Elementos tangibles, Seguridad, Fiabilidad y la infraestructuras las cuales influyen constantemente, sin embargo, es importante destacar que el servicio que presenta sea de buena calidad.

2.2. Bases Teórica

2.2.1 Teoría Clásica de la Administración

Según la teoría clásica de Henry Fayol la administración se distingue por el énfasis en la estructura y en las funciones que debe tener una organización para lograr la eficiencia. Fayol en 1916, quien expuso su teoría en su famoso libro *administration industrielle et générale* publicado en Paris. Hablar de la calidad de servicio en una unidad u organización es importante nombrar al máximo representante de la Teoría Clásica de la Administración, quien acuñó a la administración. Javier Burgos (2013) manifestó, que los principios de la administración desde el punto de vista de Henri Fayol; Está orientado para aquellos administradores que les interese la prosperidad de su empresa u organización. (p.3)

2.2.2 Teoría de la calidad

Según John Barker (1997) considera que la calidad es la llave para entrar y competir en los mercados del XXI, pero además para asegurar el éxito del

negocio. De acuerdo con la aseveración de Barker está claro que la única opción para satisfacer al cliente externo o consumidor es aplicar la calidad como una estrategia en la dirección del negocio sin dejar de considerar aspectos que los mercados van definiendo, debido a su dinamismo (p.74).

2.2.3 La teoría de servicio

Por otra parte (Dámaso 2013) Argumenta que el buen servicio al cliente se trata de hacer que los clientes regresen. Y también de hacer que se vayan felices – lo suficiente para pasar comentarios positivos a otros, que posteriormente podrán probar tu producto o servicio y convertirse en clientes nuevos (p.06).

Según Aldana, Álvarez y Bernal (2011) Es atribuido como uno de los especialistas modernos en la calidad de las áreas de servicios. Creador del concepto de momentos de la verdad, este enfoque radica el momento en que el personal interactúa con el cliente y que dura un aproximado de 15 segundos, que se utiliza para brindar el servicio. Además, menciona que el personal se debe sentir identificado con la organización, motivado ya que de esta manera se puede lograr la calidad, un personal bien motivado logra desenvolverse mejor con el cliente, llegando a entender sus necesidades específicas, a parte que se debe considerar que cada cliente es único y diferente por ende tendrá distintas necesidades que el personal debe considerar. (p.8).

Según Souto Anido (2013) la RRHH desarrolla las actividades que estimulen la generación de competencias para que las empresas alcancen exitosamente sus metas. En la actualidad constituye la ventaja competitiva empresarial básica, desplazando de un primer plano tanto a los recursos naturales, energéticos, tecnológicos como a los financieros.

2.2.4 Teoría de la satisfacción del cliente

Según Vargas y Aldana (2014) el modelo ACSI (American Customer Satisfacción Index) fue creado en 1994, con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción de los clientes de Estados Unidos, relacionados con los productos y servicios que brindan.

Según Cobra, M. (2011). En consecuencia, los clientes son patrimonios valiosos para la organización pero que muchas veces no las conocen bien. Por consiguiente, es necesario hacer permanentemente una investigación de mercados y que dicha expectativa del cliente debe estar bien administrada, para establecer con él una buena relación. Por ende, esencial, que Un cliente satisfecho compra de nuevo, mientras que un cliente insatisfecho habla mal del servicio a todos los que le rodean. (p.56).

Según Drucker. (2011). El cliente es el cimiento de la empresa y el factor que le permite perdurar. Solo el origina empleo. Para atender los deseos y las necesidades de un consumidor, la sociedad confía a la empresa recursos

productores de riqueza". Por consiguiente, la misión de un negocio (empresa) es crear y mantener al cliente.

Según Horovitz y Panak, (2013) mencionan que si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente.

2.2.5 Teoría de las MYPE

Rosel & Ramón (2011), Nos explica el surgimiento de las MYPES en el Perú frente a la sociedad donde se encuentra con obstáculos que limitan su estabilidad a lo largo plazo y desarrollo. Realizaron estudios donde indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios que existen en el Perú es mayor a los países en desarrollo que en los países que ya están desarrollados. **(p.5)**.

2.3 . Marco Conceptual

2.3.1 Calidad de Servicio

Cantú. H, (2011) Es el conjunto de valores y hábitos que posee una persona, que complementados con el uso de prácticas y herramientas de calidad en el actuar diario, le permiten colaborar con su organización para afrontar los retos que se le presenten, en el cumplimiento de la misión de la organización de servicio. **(p.70)**

Importancia de la calidad

Evans & Lindsay (2008), El aseguramiento de la lealtad se refiere a cualquier actividad planeada y sistemática dirigida a proveer a los usuarios nuestros

productos (bienes y servicios) de la calidad apropiada, justo como ellos lo merecen, junto con la confianza de que los productos complacerán los requerimientos de los usuarios.

Salvaguardar la calidad recae en la excelencia de dos puntos focales de gran relevancia en los negocios, las cuales son: el diseño de bienes y servicios y el control de la calidad mientras dura el proceso de la manufactura y la entrega de servicios (p.4).

Características del servicio de calidad

Según Carlo del Amo, J. (2012) algunas de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son las siguientes:

Bienvenida y sentar al cliente.

Sugerir al cliente.

Bebidas y la toma de comanda.

Pasar la orden.

Revisar la mesa constantemente.

Estar siempre atentos durante el servicio.

Despedida del cliente.

2.3.2. Calidad de Servicio

Según Prieto (2014) menciona que la calidad de servicio “es el beneficio que posee

una empresa para que el cliente se sienta satisfecho; ya que los productos o servicios que brinda la empresa va dirigido a sus necesidades de ellos” (p.129).

Objetivo de la calidad de servicio

Para Gosso (2008) “el objetivo principal de la calidad de servicio es contribuir a la satisfacción del cliente, mientras más calidad se percibida, más satisfecho quedarán los clientes y así se logrará su hipersatisfacción” (p.43).

Principios de la atención al cliente

Aniorte (2013) Como principios de la atención al cliente se establece que el cliente es el que valora la calidad en la atención que recibe. Cualquier sugerencia o consejo es fundamental para la mejora. Toda acción en la prestación del servicio debe estar dirigida a lograr la satisfacción en el cliente. Esta satisfacción debe garantizarse en cantidad calidad, tiempo de atención a los clientes (p.4).

Elemento tangible

Según Jover (2009) son: “el aspecto de las infraestructuras de la empresa, la vestimenta del personal y materiales de comunicación” (p.78)

Según Muller (2003) lo define como “La forma de las instalaciones, equipos, personal y materiales de información” (p.96). Actualmente para cualquier compañía siempre es necesario que se vea presentable para los clientes y de buena infraestructura porque de ese modo se hace más atractivo para la vista de los clientes.

Según Oliver (1997) lo llama componente técnico de la calidad del servicio y resume

en que se refiere a lo que el cliente obtiene antes y después de terminar su interacción con los empleados. (Oliver 1997).

Este modelo se basa en 3 sub categorías que son las siguientes:

Tangibles:

Colaboradores: deben estar bien uniformados para la atención a los clientes.

Equipos o herramientas: tener un buen infraestructuras. Como también las sillas, mesas deben estar en buen estado.

Documentos: tener la licencia del funcionamiento activo.

Según (Zeithmail y Berry, 1996) Sostiene que los recursos intangibles son aquellos activos que no tiene soporte físico, ya que están basados en la información y el conocimiento, hace difícil su cuantificación e identificación son emociones positivas y negativas posteriores al consumo.

Intangibles:

Experiencia profesional

Capacitaciones

Sistemas tecnológicos (p.26).

(kotler y Armstrong 2001) Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que la organización debe demostrar también su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.

Seguridad:

Cortesía del personal

Cámara de vigilancia

Controlar la entrada de restaurante

Servicio rápido

2.3.2 Micro y pequeñas empresas:

“La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. Cuando en esta Ley se hace mención a la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas empresas”. (Ley N° 28015).

2.3.1 LA MYPE

Según Rosel & Ramón (2011), Nos explica el surgimiento de las MYPES en el Perú frente a la sociedad donde se encuentra con obstáculos que limitan su estabilidad a lo largo plazo y desarrollo. Realizaron estudios donde indican que la tasa de mortalidad de los pequeños negocios que existen en el Perú es mayor a los países en desarrollo que en los países que ya están desarrollados. En el Perú, las estadísticas de la Dirección Nacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), referidas a las micro y pequeñas

empresas, muestran que la participación de las MYPES en el Producto Bruto Interno (PBI) ha sido del 42% y han representado el 98% del total de empresas en el Perú (MTPE, 2007) y el 80.96% de la población económicamente activa (MTPE, 2005) (p.5).

2.3.1.1 Características de las MYPE

- a) **Número de trabajadores:** Microempresa, de uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive. Pequeña Empresa, de uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive.
- b) **Ventas Anuales:** Microempresa: Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Pequeña Empresa: Hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

El incremento en el monto máximo de ventas anuales señalado para la Pequeña Empresa será determinado por Decreto Supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas cada dos años y no será menor a la variación porcentual acumulada del PBI nominal durante el referido período. Las entidades públicas y privadas promoverán la uniformidad de los criterios de medición a fin de construir una base de datos homogénea que permita dar coherencia al diseño y aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. SUNAT”. (Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña, Ley MYPE. DECRETO SUPREMO No 007-2008-TR)

2.3.1.2 Micro y Pequeña Empresa

Merlo (2016), es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicio. La microempresa presenta hasta 10 trabajadores con ventas máximas de hasta 150 UIT, la pequeña empresa

presenta hasta 50 empleados con ventas máximas de hasta 1700 UIT, mientras que la mediana empresa presenta hasta 100 trabajadores con ventas máximas de hasta 1700 UIT (p. 1).

2.3.1.3 Calidad de Servicio

Según Pérez (2006) define “la calidad permite proporcionar un producto o servicio a los consumidores, que satisface plenamente las expectativas y necesidades de estos a un precio que refleja el valor real del producto o servicio que los provee” (p.25).

2.3.2 Restaurant

Para Atencio (2007) “un restaurante es considerado como un establecimiento público donde a cambio de un precio se sirven comidas y bebidas para consumir” (p.35).

Los elementos tangibles de los restaurantes

Los elementos tangibles para un restaurante son considerados como la capacidad operativa perceptible del restaurante, como son: Apariencia física de las instalaciones y del personal, equipos y materiales de comunicación. Para ello las instalaciones físicas del restaurante son visualmente atractivas, el personal que trabaja en el restaurante tiene la señalización y cuidado de objetos personales considerados como la seguridad ofrecida por el restaurante y la disponibilidad de equipos y materiales de medios de comunicación.

2.3.3 Tipo de Restaurant por categoría

Existen 5 categorías principales de restaurantes, estas son:

Restaurantes de lujo: Este tipo de restaurantes debe tener una organización eficaz y tener políticas internas y externas. La decoración de este tipo de restaurantes debe tener los materiales de la mejor calidad, mesas, sillas, alfombras, cortinas, manteles, loza, cristalería deben ser cuidadosamente elegidos. Así mismo los alimentos son de la mejor calidad, preparados al momento, escogido a la carta y servidos a la mesa.

Restaurante de primera clase: Estos restaurantes también son conocidos como full service, se diferencia de los de lujo porque su estrategia de venta es diferente, ofrece alimentos a la carta o en menú que puede presentar de 5 a 7 diferentes tiempos de servicio y cuenta con una variedad limitada de bebidas alcohólicas.

Restaurante de segunda clase: Es conocido como restaurante turístico, se distingue de los dos anteriores porque no tiene un acceso especial para los empleados y proveedores, utilizan la misma que los clientes, pero en un horario donde no hay servicio. El espacio de servicio es más restringido, su carta cuenta solo con seis tiempos: entremeses, sopas y cremas, verduras, huevos o pastas, especialidades de pescado, especialidades de carnes y postres, dulces, helados o fruta.

Restaurante de tercera clase: En este tipo de restaurantes solo se necesita tener insumos resistentes sin necesidad de ser lujosos, se puede ofrecer hasta 4 entradas. De igual forma la entrada es compartida por clientes y personal, necesita tener baños para hombres y para mujeres.

Restaurante de cuarta clase: En estos establecimientos debe estar separado el comedor de la cocina, solo ofrece un menú sencillo con al menos cuatro entradas. Vajilla, cristalería y mantelería sencillas, limpias y resistentes. Los meseros no necesitan estar uniformados, sólo muy bien aseados.

Comida criolla: Et al (2014) Un restaurante es una empresa que, por su volumen económico, no puede permitirse el lujo en la mayoría de los casos es para atraer clientes, se juega su destino económico en el día a día. Según la satisfacción que consiguen dar a los clientes. Para ayudarles a tener éxito les detallo las veinte características que necesita para tener éxito. (01)

IV .Metodología

Se utilizará una investigación Cualitativa

4.1 Tipo de la Investigación

La investigación será de tipo Fenomenológico - Estudio de caso Único.

Los autores Blasco y Pérez (2007:(p.25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad al interpretar la realidad, obtendrá resultados subjetivos en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

4.2 Nivel de la investigación

Se utilizará un de nivel descriptivo

(Fidias G. Arias (2012) Según el autor define: la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (pag.24)

4.3 Diseño de la Investigación

Se aplicará un diseño no Experimental – Transversal.

No Experimental ya que no se cambiará nada de la realidad, se tomará tal y como está se encuentre, sin sufrir modificaciones.

Transversal, ya que se tendrá en cuenta un tiempo definido en el espacio, en el cual se establecerá el inicio y término de la Investigación. Qué realizo de enero a mayo.

4.4 Población y Muestra

Para el desarrollo de la investigación se llevará a cabo el estudio de caso, lo cual está dirigido por 01 MYPE, del sector servicio, rubro restaurant caso “Pikalo’s” del Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Año 2019.

Muestra

La muestra está conformada por el propietario y sus colaboradores de la mype del sector servicio, rubro restaurant Pikalo’s.

4.5 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

En esta investigación se requiere contar técnicas que nos permite recolectar información confiable y valido. En la cual se utilizó las guías de entrevistas

comprendías en cocho preguntas en el restaurant “PIKAL’O”. Del Distrito de San Vicente cañete año 2019

Según, Arias (2006) “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información” (p.53)

Técnica

Para el desarrollo de esta investigación se aplicó la técnica de la entrevista.

Instrumentos

El instrumento que utilizamos para el recojo de información de campo fue un cuestionario de preguntas abierta.

Para sabino (2000) los instrumentos son los materiales que se emplea para recoger y almacenar información tales como, ficha, formato cuestionario, guías de entrevista y opinión en otro (p.127).

4.6 Matriz de Categorización

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	CONCEPTUALIZACIÓN	SUB CATEGORÍA	DEFINICIÓN CONCEPTOS	ITEMS
Características de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente	CALIDAD	Según John Barker (1997) considera que la calidad es la llave para entrar y competir en los mercados del XXI, pero además para asegurar el éxito del negocio. De acuerdo con la aseveración de Barker está claro que la única opción para satisfacer al cliente externo o consumidor es aplicar la calidad como una estrategia en la dirección del negocio sin dejar de considerar aspectos que los mercados van definiendo, debido a su dinamismo.	tangibles - colaboradores - equipos o herramientas - documentos	- Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, empleados y Materiales de comunicación. - lo llama componente técnico de la calidad del servicio y resume en que se refiere a lo que el cliente obtiene antes y después de terminar su interacción con los empleados. (Oliver 1997)	1. ¿el equipamiento del restaurante cocina, zona de atención, mesa, sillas están en buen estado de conservación? 2. ¿los colaboradores tienen registro sanitario? 3. ¿los colaboradores que tipo de experiencia tiene? 4. ¿usted considera que las infraestructuras cumplen con los requerimientos de los clientes? 5. ¿La licencia del funcionamiento del restaurante es temporalmente o definitivo hasta que año?
			intangibles - experiencia profesional - capacitaciones - sistemas tecnológicos	- Sostiene que los recursos intangibles son aquellos activos que no tiene soporte físico, ya que están basados en la información y el conocimiento, hace difícil su cuantificación e identificación - Son emociones positivas y negativas posteriores al consumo. (Zeithmail y Berry; 1988, 1996)	6. ¿Cómo consideras Ud. la calidad del servicio que brinda el restaurante? 7. ¿Los colaboradores que tipo de experiencia tiene? 8. ¿trabaja con sistema de seguridad el restaurante?

	SERVICIO	<p>Según (Dámaso 1987) Argumenta que el buen servicio al cliente se trata de hacer que los clientes regresen. Y también de hacer que se vayan felices – lo suficiente para pasar comentarios positivos a otros, que posteriormente podrán probar tu producto o servicio y convertirse en clientes nuevos.</p>	<p>seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> - cortesía del personal - cámara de vigilancia - controlar la entrada de restaurante - servicio rápido. 	<ul style="list-style-type: none"> -Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. -Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que la organización debe demostrar también su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción. (Kotler y Armstrong 2001) 	
	SATISFACCIÓN DEL CLIENTES	<p>Según Cobra, M. (2011) Argumento que, los clientes son patrimonios valiosos para la organización pero que muchas veces no las conocen bien. Por consiguiente, es necesario hacer permanentemente una investigación de mercados y que dicha expectativa del cliente debe estar bien administrada, para establecer con él una buena relación (p.56).</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Expectativas -La lealtad del cliente -Percepción del cliente. <p>Berry, (1988) refiere que el significado de la palabra calidad es la satisfacción de las necesidad y expectativas de los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Nivel de promesas del servicio. - Nivel de fidelización. -Promesas cumplidas. 	

Elaboración propia.

4.7 Plan de análisis

El análisis de los resultados será descriptivo, se realizará la entrevista respectiva al representante de la MYPE del restaurant “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente Cañete para recolectar datos confiables que nos ayudara con nuestra investigación.

4.8 Matriz de Consistencia

4.9 Principios éticos

En mi calidad de investigador, el presente trabajo se ha desarrollado con absoluta transparencia en todo momento, siempre han primado valores éticos, en el trabajo con los personales y con el propósito de evitar que las respuestas sean adulteradas. Además, se puso énfasis en la autenticidad de los resultados obtenidos, la confidencialidad de la entrevista que se aplicó fue de carácter estricto y honradez e imparcialidad al momento de realizar las entrevistas.

La información que proporcionaremos será sumamente confidencial y no serán divulgados para el mal uso de estos que vayan en contra de las políticas de la empresa. se respetarán los derechos del entrevistado para evitar cualquier conflicto de intereses, referenciando toda la información extraída en el proceso de recolección de datos de dicho cuestionario. De la misma forma se respetará la integridad del contenido para no falsificar la información.

V. Resultados

5.1 Guía de Entrevista

Cuadro 1: Toma de información entrevistado 1

Pregunta	Entrevistado 1
1. ¿El equipamiento del restaurante (cocina, zona de atención, mesa, sillas) está en buen estado de conservación?	Constantemente el restaurante hace la renovación con los pintados de las sillas, mesas por seguridad porque es la ética del restaurante que todo esté en una presentación adecuado porque cuando viene las inspecciones de la fiscalía, la municipalidad para que no pongas las observaciones y que no cierre el local. Todo es mantener limpio por la buena calidad de comida y limpieza.

Cuadro 2: Toma de información entrevistado 1

Pregunta	Entrevistado 1
2. ¿Cómo consideras Ud. la calidad del servicio que brinda el restaurante?	Bueno pongo al personal y la atención que todo hagan bien. ¿de qué forma? de brindar una atención de calidad de tener un producto de primera necesidad al comprar el producto todo tiene que ser de calidad como: la cebolla, el arroz ,el pollo y también la política de la higiene y la limpieza del restaurante.

Cuadro 3: Toma de información entrevistado 1

Pregunta	Entrevistado 1
3. ¿Usted considera que las infraestructuras cumplen con los requerimientos de los clientes?	Sí, porque la infraestructura es amplia, las mesas y sillas tienen buena ubicación; así como también los ventiladores, el pintado del local y los servicios higiénicos están en buen estado, la iluminación es clara. Siempre buscamos mejorar y la renovar cada año.

Cuadro 4: Toma de información entrevistado 1

Pregunta	Entrevistado 1
4. ¿La licencia del funcionamiento del restaurante es temporalmente o definitivo hasta que años?	La licencia del restaurante es definitiva porque el pago que se realiza ahora es por varios años. Anterior mente era por años y cada 6 meses.

Cuadro 5: Toma de información entrevistado 1

Pregunta	Entrevistado 1
5. ¿Los colaboradores tienen registro sanitario?	Si el personal cuenta con carnet de sanidad y cada tres meses se renueva y el requisito para tener el carnet es análisis de sangre como todo restaurante está obligado pedir el carnet.

Cuadro 6: Toma de información entrevistado 1

Pregunta	Entrevistado 1
6. ¿Los colaboradores que tipo de experiencia tiene?	Bueno el restaurante al solicitar personal lo que es para cocina tiene que ser persona con experiencia y lo que son para atención al cliente tiene que ser persona que allá trabajo como atención al cliente. En este restaurante el personal tiene su puesto cada uno. Y la experiencia del personal de cocina tiene conocimiento empírico no son profesionales pero tiene trabajando 30 años en cocina.
7 :	

Toma de información entrevistado 1

Pregunta	Entrevistado 1
7. ¿Trabaja con sistema de seguridad?	No trabajamos con sistema de seguridad. Pero en caso de encendió el restaurante tiene extintor, luz emergencia y su renovación es cada un años en caso que no tiene la defensa civil no le otorga el carnet defensa de servicio.

Cuadro 8: Toma de información entrevistado 1

Pregunta	Entrevistado 1
8. ¿Las instalaciones son seguras cumple con las normas de seguridad?	Si este restaurante tiene señal de seguridad como (zona segura, salida de emergencia, botiquín) si en caso no tuviera vendría las inspecciones y local lo serraría por falta de norma de seguridad.

Elaboración propia.

5.2 MATRIZ DE ENTREVISTAS – RESULTADOS

OBJETIVOS	PREGUNTA	SUJETO 1	SUJETO 2	CONVERGENCIAS	DIVERGENCIAS	INTERPRETACION
<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar las principales caracterización de calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la MYPE, sector servicio – rubro restaurant: estudio de caso “Pikalo’s” del distrito de san Vicente de cañete, año 2019.</p> <p>Objetivo específico</p> <p>a) Determinar la caracterización de calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la Mype, Sector Servicio –Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019</p> <p>b) Describir la caracterización de Calidad del Servicio en la Satisfacción del Cliente de la Mype, Sector Servicio –Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO’S” del</p>	<p>1 ¿el equipamiento del resultado (cocina, zona de atención, mesa, sillas) están en buen estado de conservación?</p> <p>2. ¿cómo consideras ud. la calidad del servicio que brinda el restaurante?</p> <p>3. ¿usted consideras que las infracturas cumplen con los requerimientos de los clientes?</p> <p>4. ¿la licencia del funcionamiento del restaurante es temporalmente o definitivo hasta que año?</p> <p>5 ¿los colaboradores</p>	<p>-Según mi opinión el restaurante está constantemente pendiente en su renovación de local si en caso no se encuentra en buen estado vine la inspección municipal y puede ser que lo cierre el local.</p> <p>- considerado que los productos que se consume en el restaurant es de primera calidad porque el cliente puede distinguir la calidad del producto que puede ofrecer el restaurant.</p> <p>-el restaurant se considera amplio porque las mesa y las sillas están bien ubicado tiene una iluminación clara con el tiempo que va pasando se va renovando con cosas modernos.</p> <p>- en el restaurant la licencia que posee es definitiva se realiza un solo pago anteriormente se</p>				<p>Se puede evidenciar que el restaurante si cumple con todo el equipo cocina, mesa, sillas están de buena calidad.</p> <p>-no tiene ningún dificultad porque el producto que brinda el restaurante es de primera calidad.</p> <p>-muestra un conocimiento más cercano que el restaurante su infracturas que cada mesa y sillas considera un espacio amplio.</p> <p>-El sujeto 1 muestra un conocimiento más real de la licencia de funcionamientos que tiene el restaurant.</p> <p>-Tiene una evidencia más cercana que los colaboradores tiene su propio carnet de sanidad.</p>

<p>Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019”.</p> <p>c) Identificar caracterización si el entorno físico de la empresa es el adecuado para brindar comodidad, seguridad y confianza a los clientes en el Restaurante Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019”.</p>	<p>tienen registro Sanitario?</p> <p>6 ¿los colaboradores qué tipo de experiencia tiene?</p> <p>7 ¿trabaja con sistema de Seguridad?</p> <p>8. ¿las instalaciones son seguras (cumple con las normas de seguridad)?</p>	<p>renovaba a cada 6 meses.</p> <p>-Los colaboradores si cuenta con carnet de sanidad y para la obtención del carnet se tiene que hacer análisis de sangre y una foto tamaño carnet.</p> <p>-Los colaboradores que están en el área de cocina tienen experiencia empírica y que ya vienen trabajando aproximadamente treinta años y los colaboradores encargados de atención al cliente son personal que están capacitados y que ya han trabajado en ese rubro.</p> <p>-el restaurant no cuenta con sistema de interconectado de seguridad, pero sí cuenta con las medidas necesarias de seguridad</p> <p>-el restaurante cuenta con señales de seguridad: salida de emergencia botiquín, zona segura en caso de sismo.</p>				<p>-para brindar el servicio cada colaborador tiene una experiencia adecuada para cada puesto no tiene ningún problema con la atención al cliente.</p> <p>-se puede evidenciar que el restaurante tiene dificultad con el sistema de seguridad.</p> <p>-tiene una evidencia donde el entrevistado muestra un conocimiento más cercano con las normas de seguridad.</p>
--	---	---	--	--	--	--

Elaboración propia.

5.3 Análisis de Resultados

Objetivo general

¿Determinar las principales características de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente de la MYPE, Sector Servicio –Rubro Restaurant:
¿Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019?

Según las principales características que el restaurant brinda a sus clientes en su entorno, físico la empresa es el adecuado para brindar comodidad, seguridad y confianza a los clientes.

Objetivos específicos

a) Describir las características de Calidad del Servicio de la Mype, Sector Servicio –Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019.

El restaurant “PIKALO’S” opta una buena calidad de servicio a sus clientes ofreciendo un producto de primera calidad para la preparación de la comida y una buena infraestructura con personal preparado para la atención a los clientes.

b) Describir las características de la satisfacción al cliente de la Mype, Sector Servicio –Rubro Restaurant: Estudio de Caso “PIKALO’S” del Distrito de San Vicente de Cañete Año 2019.

En el restaurant “PIKALO’S” la satisfacción de los clientes son positivos ya que son el resultado de que cada cliente recibe una atención personalizada con el servicio brindado y cubre las demandas de cada cliente.

VI. Conclusiones

La finalidad de esta investigación se evidenció que el restaurant PIKALO'S del Distrito de San Vicente de Cañete, año 2019. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Cuenta con una buena calidad del servicio como, la infraestructura, los equipos de herramientas; tiene la posibilidad de éxito en el mercado laboral, y obtener el posicionamiento en el mercado. Respecto a la caracterización de calidad del servicio en la satisfacción a los clientes del Restaurant PIKALO'S Del Distrito de San Vicente Cañete 2019. Los resultados de dicha empresa indican que el servicio brindado es personalizado a cada cliente, el cual permite generar sus ingresos y utilidades.

Debido a la actividad del restaurant aplicó una técnica de entrevista al propietario de la empresa cuyos resultados han servido como pilar para conocer la calidad del servicio en la satisfacción del cliente, mostrándose que su colaborador si brinda un servicio de calidad a sus clientes, para que se encuentre satisfecho con el servicio recibido, por son ellos quienes genera el crecimiento de la empresa e incremento de su mercado.

Respecto la caracterización de calidad del servicio en la satisfacción a los clientes del Restaurant "Pikalo's" del Distrito de San Vicente Cañete 2019. Finalmente, los aspectos mencionados, de la MYPE debe determinar y describir que contribuye que el personal se identifique con los objetivos de la Empresa, al mismo tiempo incrementa la productividad y calidad del servicio. Dentro de ese marco se concluye que el personal interno recibe los programas de capacitación en calidad y servicio al cliente para así brindar un buen servicio de calidad al consumidor. De acuerdo a la investigación recopilada del caso Pikalo's se obtiene que el colaborador si cumple con

el servicio brindado por él. Como se entiende que toda MYPES juega un papel importante en el desarrollo social y económico de nuestro país, siendo estas un segmento que genera empleo.

Por cual se concluye que el restaurant Pikalo's brinda un servicio de calidad al cliente para que se sienta satisfecho, y permite demostrar que existen clientes satisfechos con las Instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal, al mismo tiempo incrementa la productividad y calidad del trabajo, dando como resultados que los colaboradores reciban una buena formación en relación a su trabajo y así puedan obtener mayor captación de clientes que a su vez permite el acercamiento y buen trato.

Aspecto Complementario

Referencias Bibliográficas:

- Arotoma c., sexto (2007)** *Tesis de Grado y Metodología de Investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad*, 1era Edición; Ayacucho-Perú.
- Cárdenas Mora (2013).** *En su tesis titulada: Guayaquil – Ecuador.: “Análisis del Servicio al Cliente en el Restaurante La Rivera y su Impacto en la Calidad del Servicio e Imagen del Establecimiento”*.
- Villalba (2016).** *En su Tesis titulada: “Análisis de Calidad del servicio y Atención al Cliente en Azuca Beach, Azuca Bistro y Q Restaurant, y sugerencias de mejora”*. *Calidad del Servicio e Imagen del Establecimiento*.
- López (2018).** *En su Tesis titulada: “Calidad de servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy`s de la ciudad de Guayaquil”*.
- Escandón (2017).** *En su Tesis titulada: “Propuesta para la mejora de los Servicios en el Bar Restaurante Macho Sports en Plaza del Sol en la Ciudad de Guayaquil”*.
- Sonia Patricia (2014)** *En su tesis titulada: “calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente de la asociación share, sede Huehuetenango campus de Quetzaltenango”*.
- Porras (2013),** *En su tesis titulada: “Satisfacción de los clientes respecto al servicio Gastronómico en el distrito de San Juan de la Virgen – Tumbes 2013”*.
- Dávila (2017).** *En su Tesis titulada: “Evaluación de la calidad del servicio en el Restaurante Turístico El Cántaro E.I.R.L. de Lambayeque”*
- Dioses, (2015).** *Tumbes – Perú. En su tesis titulada: “Evaluación de la calidad del Servicio del Servicio de Hotel “Boulevard”*.
- Urbina Cabrera (2015)** *En su tesis titulada “la calidad del servicio y la satisfacción de los Clientes de la empresa: corporación norte S.A.C. – ciudad de Trujillo”*.
- Chupayo (2018).** *En su Tesis titulada: “Impacto de la Calidad del servicio en la Satisfacción en la Micro y Pequeña Empresa del rubro restaurante de comida criolla en Ñaña, distrito de Lurigancho Chosica”*.
- Canta, J y Laguna, D. (2014). Chiclayo.** *Propuesta de un sistema de calidad de servicio para lograr un buen nivel de satisfacción del cliente en el Centro de Desarrollo Comunitario (CEDECOM) del distrito de Chiclayo, provincia de Chiclayo-2013.*
- Cárdenas, Mora & Sánchez, (2013).** *Guayaquil – Ecuador. En su tesis titulada:*

“Análisis del Servicio al Cliente en el Restaurante La Rivera y su Impacto en la Calidad del Servicio e Imagen del Establecimiento”. (Pág. 87). *Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Marketing y Negociación Comercial – Universidad de Guayaquil*.

Castillo, (2014). *En la ciudad de Piura en su estudio “sobre un plan de negocio para La puesta en marcha de un fast food saludable en la ciudad antes mencionada de Piura”*.

Coronel, (2016). *Pimentel – Perú. En su investigación titulada: “Calidad de Servicio y Grado de Satisfacción al Cliente en el Restaurante Pizza Hut en el Centro Comercial Mega Plaza; 2016”*. (Pág. 130). *Facultas de Ciencias Empresariales – Escuela Académico Profesional de Administración- Universidad Señor de Sipán*.

Dioses, (2015). *Tumbes – Perú. En su tesis titulada: “Evaluación de la calidad del droguett jorquera, f. j.: análisis de principales factores que afectan la evaluación de los clientes. chi(2012). calidad y satisfacción en el servicio a clientes de la industria automotriz le: universidad de chile*.

El Tiempo, (2010). *“Cultura del servicio y atención al cliente en establecimientos gastronómicos del Meta es cuestionada”*. Recuperado del sitio web:<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-7872878>.

Enríquez, (2011). *Ibarra – Ecuador. En su investigación denominada: “El Servicio al Cliente en Restaurantes del Centro de Ibarra. Estrategias de Desarrollo de Servicios”*. (Pág. 332). *Escuela Profesional de Administración de Negocios – Universidad Técnica Del Norte*.

Escalante, (2016). *“Promulgan Ley N° 30056 que modifica la actual ley MyPe y otras normas para las Micro y Pequeñas Empresas”*. Recuperado del sitio web:<https://mep.pe/promulgan-ley-no-30056-que-modifica-la-actual-ley-mype-y->

García, M. (2014). *Gestión de la atención al cliente/consumidor Madrid, España: IC*.

Gestión, (2014). *“Mypes peruanas necesitan fomentar la innovación comercial”*. Recuperado del sitio web: <https://gestion.pe/economia/mypes-peruanas-necesitan-fomentar-innovacion-comercial-70549>

Gómez, (2015). *“Guía para la Aplicación de UNE-EN ISO 9001:2015”*. Recuperado del sitio web:file:///C:/Users/c/Downloads/PUB_DOC_Tabla_AEN_11328_1.pdf

- González, (2013)** *“Análisis de Rentabilidad en Empresas Hoteleras: Rentabilidad del Servicio de Restaurante VS Servicios de Hotel. Caso Práctico Hotel Cuenca”*. (Pág.76). Facultad de Ciencias Económicas Administración, Carrera de Contabilidad y Auditoría, Universidad de Cuenca.
- Guijarro, M., Roger, V. y Martí, M. (2014, diciembre)**. *El valor percibido de los clientes de las agencias de viajes con canal múltiple: un análisis clúster*. 56 (2) 61-80 Recuperado de: <file:///C:/Users/%20Lopez/Downloads/359-1610-1-PB.pdf>.
- HEREDIA, S. (1999)** *“Servicios de Restaurantes y Hospedajes como Soporte de la Oferta Turística en la ciudad de Ayacucho” [Tesis]*. Ayacucho: Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga. Facultad de Ciencias Económicas Administrativas y Contables.
- Jurado, (2014)**. Quito – Ecuador. *En su investigación denominada: “Calidad de la Gestión en el Servicio y Atención al Cliente para el Mejoramiento de las Operaciones Internas en Restaurantes de Lujo en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito”*. (Pág. 152). Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Escuela Profesional de Administración de Empresas – Pontificia Universidad Católica del Ecuador.
- Mejías, A., Torres, E., & Veloz, Y. (2012, 2 diciembre)**. *Impacto de la calidad de servicio sobre la satisfacción del cliente: un estudio de caso en un comedor universitario* 8 (16),38-46. Recuperado de: copernico.uneg.edu.ve/números/c16/c16_art05.pdf.
- Ñahuirima, (2015)**. Andahuaylas – Perú. *En su tesis titulada: “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente de las Pollerías dl Distrito de Andahuaylas, Provincia de Andahuaylas, Región Apurímac, 2015”*. (Pág.110). Facultad de Ciencias de la Empresa, Escuela Profesional de Administración de Empresas – Universidad Nacional José María Arguedas.
- Pérez, (2014)**. Chiclayo – Perú. *En su tesis titulada: “La Calidad del Servicio al Cliente y su Influencia en los Resultados económicos y Financieros de la Empresa Campestre SAC – Chiclayo Periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012”*. (Pág.103). Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad – Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Santomá vicens, r. (2008)** *“Aspectos de gestión en la calidad de servicio. Una aplicación del concepto Mapping al caso de las cadenas hoteleras”* Universidad Ramón Llull, Barcelona, España.

Servicio de Hotel “Boulevard”, de la Provincia de Zarumilla, Departamento de Tumbes, Utilizando Estándares de las Buenas Prácticas, durante el año 2014”.

(Pág.127). Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Velarde, (2017). *“Las MyPes que usan tecnología pueden llegar a duplicar sus ventas”.* Recuperado del sitio web: <http://larepublica.pe/economia/1101432-las-mypes-que-usan-tecnologia-pueden-llegar-a-duplicar-sus-ventas>.

Zanfardini m. (2002) *Facultad de Turismo de la Universidad Nacional del Comahue – Buenos Aires. Investigación de “Calidad en Hoteles de Montaña. Caso: San Martín De Los Andes, Patagonia” Argentina.*

ANEXO N° 1

REGISTRO REMYPE

REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE							
(Desde el 20/10/2008)							
N° DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	RESOLUCIÓN / OFICIO DGPE	FECHA DE BAJA / CANCELACIÓN
10154185921	QUISPE CARDENAS GIOVANI EDILBERTO	15/12/2008	ACREDITADO COMO MICRO EMPRESA	02/11/2010	ACREDITADO	--- ---	--- ---

REGISTRO NACIONAL DE EMPRESAS ACOGIDAS AL REGIMEN ESPECIAL LABORAL - LEY 28015			
(Hasta el 19/10/2008)			
N° DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	ESTADO	FECHA
NO SE ENCONTRARON RESULTADOS PARA ESTA BUSQUEDA			

© 2019 MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO - OFICINA DE INFORMÁTICA / V 1.2 - MÓDULO DE CONSULTAS REMYPE.

Consultas al 630-6000 anexo 1093 (Lima Metropolitana) - 6012 (otros departamentos)

ANEXO N° 2



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

GUÍA DE ENTREVISTA

TITULO: CARACTERIZACION DE CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE, SECTOR SERVICIO – RUBRO RESTAURANT: ESTUDIO DE CASO PIKALO’S DEL DISTRITO DE SAN VICENTE DE CAÑETE, AÑO 2019

❖ DATOS DE LA EMPRESA:

- ✓ NOMBRE DE LA EMPRESA: RESTAURANT “PIKALO’S”
- ✓ RUC: 20601643473
- ✓ DIRECCION: JR. OHIGGINS NRO.317 LIMA-CAÑETE-SAN VICENTE

❖ DATOS DEL REPRESENTANTE:

- ✓ RAZON SOCIAL: MONICA SANCHEZ KOO
- ✓ DNI. 601643473

❖ PREGUNTAS DE ENTREVISTA

1. ¿EL EQUIPAMIENTO DEL RESTAURANTE (COCINA, ZONA DE ATENCIÓN, MESAS, SILLAS) ESTÁ EN BUEN ESTADO DE CONSERVACIÓN?
2. ¿CÓMO CONSIDERAS UD. LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDA EL RESTAURANTE?
3. ¿USTED CONSIDERAS QUE LAS INFRASTRUCTURAS CUMPLE CON LOS REQUERIMIENTOS DE LOS CLIENTES?
4. ¿LA LICENCIA DEL FUNCIONAMIENTO DEL RESTAURANTE ES TEMPORALMENTE O DEFINITIVO HASTA QUE AÑOS?
5. ¿LOS COLABORADORES TIENEN REGISTRO SANITARIO?
6. ¿LOS COLABORADORES QUE TIPO DE EXPERIENCIA TIENE?
7. ¿TRABAJA CON SISTEMA DE SEGURIDAD?
8. ¿LAS INSTALACIONES SON SEGURAS CUMPLE CON LAS NORMAS DE SEGURIDAD?

ANEXO N° 3.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

Cañete, 15 de mayo del 2019

Sr:
Monica Sanchez Koo
Representante
RESTAURANT "PIKALO'S"

Presente. -

De mi especial consideración:

Por medio del presente le hago llegar mi cordial saludo y a la vez presento al bachiller PALOMINO MANRIQUE JAVIER SILVER con D.N.I. 46389523 código 2503131053, de la E.P. Administración, quien actualmente se encuentra desarrollando el taller de tesis para titulación en esta casa de estudios.

Por ello solicito a su despacho la autorización para recabar información respecto a su representada que será utilizada únicamente con fines científico académico de investigación que se encuentra desarrollando, denominado:

CARACTERÍSTICAS DE CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE SECTOR SERVICIO - RUBRO RESTAURANT: ESTUDIO CASO "PIKALO'S" DEL DISTRITO DE SAN VICENTE DE CAÑETE, AÑO 2019.

Estimado le brinde las facilidades que el caso requiere, expreso mi profundo agradecimiento.

Atentamente,


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
FILIAL CAÑETE
Lic. Joel Dioses Pardo
COORDINADOR



Jr. Santa Rita 265 - 269 San Vicente
Cañete - Perú
Tel: (01) 5813725
www.uladech.edu.pe

ANEXO N° 4

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCION E IMPUNIDAD"

CAÑETE. 16 DE MAYO 2019

CARTA DE RESPUESTA A SOLICITUD


De mi mayor consideración

Yo, Mónica Sánchez Koo Representante de Restaurant "Pikalo's", con RUC 20601643473, autorizo con bachiller Javier Silver Palomino Manrique DNI. 46389523 con código 2503131053 de la E.P Administración de **ULADECH FILIAL CAÑETE**, recabar información de mi representada para su investigación a desarrollar, denominada.

CARACTERISTICAS DE CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA MYPE SECTOR SERVICIO - RUBRO RESTAURANT: ESTUDIO CASO "PIKALO'S" DEL DISTRITO DE SAN VICENTE DE CAÑETE, AÑO 2019.

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para hacerte llegar mis consideraciones y estima Personal.

Atentamente.


.....
Mónica Sánchez Koo
DNI N°601643473

ANEXO 5

