

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
TURÍSTICA

“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL
RESTAURANTE “EL TIO SAM” DE CASMA
UTILIZANDO ESTÁNDARES DERIVADOS DE LAS
BUENAS PRÁCTICAS, 2017”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

BR. LETICIA JOHANA PINTO CARRANZA

ASESORA:

LIC. NARDA KARINA CHÁVEZ PRÍNCIPE

CHIMBOTE – PERÚ
2017

JURADO EVALUADOR

Dr. Santos Felipe Llenque Tume

Presidente

Mgtr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

Secretario

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro

Lic. Narda Karina Chávez Príncipe

Asesora

Agradecimiento

Agradezco a Dios por haberme guiado a lo largo de toda mi carrera profesional, por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y mucha felicidad.

A mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me inculcaron, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación y por ser mi mejor ejemplo a seguir.

Al propietario del Restaurante “El tío Sam” el sr. Jorge Luis Sam Soto, por haber permitido que realice la investigación en su establecimiento.

Agradezco el apoyo de mi asesora de tesis, la Lic. Narda Chávez Príncipe por sus conocimientos, sus orientaciones, su manera de trabajar, su paciencia y su motivación que han sido fundamentales para mi formación profesional.

Dedicatoria

Dedico esta tesis a DIOS ya que gracias a él he logrado concluir mi Carrera profesional. A mi familia, principalmente a mi madre, quien ha sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, por brindarme la confianza, consejos y recursos para lograrlo. A mis compañeros de estudio, a mis profesores y amigos, quienes sin su ayuda nunca hubiera podido concluir esta tesis. A todos ellos les agradezco desde el fondo de mi Corazon.

Resumen

La investigación ha tenido como objetivo evaluar la calidad del servicio del restaurante “El Tío Sam” de Casma en base al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas; para lo cual se han evaluado estándares derivados de las buenas prácticas relacionadas con: la gestión empresarial; el equipamiento y la infraestructura; la gestión del servicio; la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. La metodología desarrollada ha sido un estudio de caso único transversal, las técnicas empleadas han sido la observación, la entrevista y la revisión documental, como instrumentos se han contado con guías de observación, formatos de entrevista, libreta de campo y cámara fotográfica. Los resultados de la investigación evidencian que con relación a las buenas prácticas de gestión empresarial de los 56 estándares evaluados el restaurante cumple con el 75,0%, en lo que respecta en equipamiento e infraestructura de los 54 estándares evaluados la empresa cumple con el 70,2%; con respecto a la gestión de servicio de los 114 estándares evaluados cumple con el 77,3%; en lo que respecta a la gestión medioambiental de los 24 estándares evaluados la empresa cumple con el 58,4%; en la gestión socio cultural de los 13 estándares evaluados la empresa cumple con el 53,8%; en general de los 261 evaluados el restaurante “El Tío Sam” cumple con el 73,2% requiriendo la implementación de los estándares propuestos a fin de contar con un servicio de mejor calidad.

Palabras clave: *Restaurante, calidad del servicio, Buenas Prácticas, evaluación de la Calidad.*

Abstract

This researching has had as an objective, to evaluate the quality of the “El Tío sam restaurant” in casma, based in the fulfillment of standars derived from good practices, for which we have evaluated standars from good practices related to: business management; equipment and infrastructure; the service management; environmental management and socio-cultural management. The methodology developed has been observation, single cross-sectional case study, the techniques used have been observation, interview and documentary review, as instruments we have counted with observation guides, interview formats, field book and a camera. the results of the investigation show that in relation to the good management practices of the 56 evaluated standards, the restaurant meets 75,0%, in terms of equipment and infrastructure of the 54 evaluated standards, the company complies with the 70,2%, with respect to the service management of the 114 evaluated standards complies with 77,3%; with regard to the environmental management of the 24 evaluated standards, the company complies with 58,4%; in the socio-cultural management of the 13 evaluated standards the company complies with 53,8%; in general of the 261 evaluated, "El Tío sam" restaurant fulfills the 73,2% requiring the implementation of the proposed standards in order to have a better quality service.

keywords: *Restaurant, quality of service, good practices, quality of evaluation.*

CONTENIDO

	PAG.
Hoja de firmas del jurado y asesor.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISION DE LITERATURA	9
2.1. El servicio de restauración	16
2.1.1. Características del servicio de restauración.....	17
2.1.2. Clasificación de las empresas de restauración.....	18
2.2. La calidad en el servicio de restauración	25
2.2.1. Tipos de calidad.....	28
2.2.2. Evaluación de la calidad del servicio de restauración.....	29
2.2.3. Marco normativo y estándares de calidad de los servicios de restauración.....	32
2.3.1. Marco normativo de las empresas de restauracion a nivel nacional.....	32
2.2.4. Estándares de calidad en el servicio de restauración.....	34
2.3. Las buenas prácticas en el servicio de restauración.....	36
2.4.1 Beneficios de las Buenas Prácticas.....	37
2.4.2 Características de las Buenas Prácticas.....	38
2.4.3 Estándares en el servicio de restauración derivados de las Buenas Prácticas.....	39
III. METODOLOGÍA	67
3.1 Diseño de la investigación.....	67
3.2 Caso.....	68
3.3 Definición y operacionalización de las variables.....	68
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	71
3.5 Plan de análisis.....	72
3.6 Matriz de consistencia.....	74
3.7 Principios éticos.....	77

IV. RESULTADOS	78
4.1 Resultados.....	78
4.1.1 Historia, oferta, demanda, organización y perfil restaurante “El Tío Sam” de Casma.....	78
4.1.2 Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión empresarial del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	94
4.1.3 Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en equipamiento e infraestructura del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	103
4.1.4 Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión del servicio en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	111
4.1.5 Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión medio ambiental en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	126
4.1.6 Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión sociocultural en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	132
4.1.7 Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	135
4.2 Análisis del resultado.....	138
V. CONCLUSIONES	143
Referencias Bibliograficas.....	145
Anexos	151

INDICE DE TABLAS

Tabla 01: Perfil del personal del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	85
Tabla 02: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión empresarial en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	94
Tabla 03: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	103
Tabla 04: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	111
Tabla 05: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión medio ambiental en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	126
Tabla 06: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión socio cultural en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	132
Tabla 07: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	135

INDICE DE FIGURAS

Figura 01: Organigrama del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	82
Figura 02: Sexo del personal del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	86
Figura 03: Lugar de procedencia del personal del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	87
Figura 04: Edad del personal del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	88
Figura 05: Nivel de estudios del personal del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.....	89
Figura 06: Personal del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017, según vinculo de su especialidad con el puesto de trabajo.....	90
Figura 07: Personal del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017, según su área de trabajo.....	91
Figura 08: Personal del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017, según el tiempo que llevan laborando en la empresa.....	92
Figura 09: Personal del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017, según capacitación recibida en la empresa.....	93
Figura 10: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la planificación en el restaurante “El Tío Sam”.....	95
Figura 11: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la organización del restaurante “ El Tío Sam”.....	96

Figura 12: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión de calidad del restaurante “ El Tío Sam”	97
Figura 13: Cumplimiento de estándares derivados de las Puenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos del restaurante “El Tío Sam”	98
Figura 14: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores del restaurante “El Tío Sam”..	99
Figura 15: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas prácticas en cuanto a la gestión de seguridad del restaurante “ El Tío Sam”	100
Figura 16: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable del restaurante “El Tío Sam”	101
Figura 17: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing en el restaurante “El Tío Sam”	102
Figura 18: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al exterior del restaurante “El Tío Sam”	104
Figura 19: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la cocina del restaurante “El Tío Sam”	105
Figura 20: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al almacén del restaurante “El Tío Sam”	106
Figura 21: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al comedor del restaurante “El Tío Sam”	107
Figura 22: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a los servicios higienicos del restaurante “ El Tío Sam”	108
Figura 23: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al área del personal del restaurante “ El Tío sam”	109

Figura 24: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a oficinas del restaurante “El Tío Sam”.....	110
Figura 25: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a recepción de insumos del restaurante “El Tío Sam”.....	112
Figura 26: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al almacenamiento de insumos del restaurante “El Tío Sam”.....	113
Figura 27: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a apertura del centro de producción del restaurante “El Tío Sam”....	114
Figura 28: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a pre alistamiento de insumos del restaurante “El Tío Sam”.....	115
Figura 29: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a producción de platos del restaurante “El Tío Sam”.....	116
Figura 30: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a montaje de comedor del restaurante “El Tío Sam”.....	117
Figura 31: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a reservas del restaurante “El Tío Sam”.....	118
Figura 32: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a atención al comedor del restaurante “El Tío Sam”.....	119
Figura 33: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a servicio de bar del restaurante “El Tío Sam”.....	121
Figura 34: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a cierre de comedor del restaurante “El Tío Sam”.....	122
Figura 35: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a cierre de centro de producción del restaurante “El Tío Sam”.....	123

Figura 36: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al mantenimiento del restaurante “El Tío Sam”	124
Figura 37: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a limpieza y desinfección en el restaurante “El Tío Sam”	125
Figura 38: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al uso del agua en el restaurante “El Tío Sam”	127
Figura 39: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a uso de energía en el restaurante “ El Tío Sam”	128
Figura 40: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a consumo de productos del restaurante “El Tío Sam”	129
Figura 41: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a gestion de residuos del restaurante “El Tío Sam”	130
Figura 42: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto adaptación al medio ambiente del restaurante “El Tío Sam”	131
Figura 43: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto apoyo a la cultura local del restaurante “El Tío Sam”	133
Figura 44: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la comunidad local del restaurante “El Tío Sam”	134
Figura 45: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en el restaurante “El Tío Sam”	136

Figura 46: Cumplimiento general de los estandares derivados de las Buenas Practicas en el restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017..... 137

INDICE DE IMAGENES

Fotografía 01: Mejor ceviche de la región.....	79
Fotografía 02: Plato típico de la ciudad de Casma.....	80
Fotografía 03: Area de comedor del restaurante “El Tío Sam”.....	80
Fotografía 04: Clientes degustando de los platos.....	81
Fotografía 05: Grupo de estudiantes de la ciudad de Huaraz.....	81

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas que brindan el servicio de restauración han tenido un incremento notable en los últimos tiempos; estas empresas son de mucha importancia en el sector turismo, ya que facilitan el servicio de alimentos y bebidas a los turistas durante su estadía en un destino turístico determinado, cabe señalar que en algunos casos estas empresas, ya sea por el tipo de comida, infraestructura o actividades que ofrecen se constituyen en un atractivo turístico.

Un aspecto fundamental para que toda empresa tenga éxito en el mercado es la calidad, pero en la realidad es frecuente observar que muchas de estas empresas brindan un servicio con una calidad deficiente. El Centro de Promoción de la Pequeña y Mico Empresa PROMpyme (s.f) señala:

En la actualidad uno de los problemas más frecuentes en los restaurantes es la venta de alimentos contaminados, como consecuencia de las malas prácticas durante la obtención, recepción, almacenamiento, preparación y suministro final de los alimentos. (p.6)

Una de las medidas para poder contribuir con la calidad de las empresas del sector turismo, dentro de las que se encuentran las empresas restauranteras, consiste en la sistematización y difusión de las buenas prácticas; las que se constituyen formas de hacer las cosas que en diferentes contextos han demostrado generar impactos positivos tanto a nivel de la empresa como del entorno en el que llevan a cabo su actividad.

En lo que respecta a nuestro país, la Cámara de Comercio de Lima (2017) señala:

En el Perú existen alrededor de 220 mil establecimientos dedicados al expendio de alimentos y bebidas, cifra que ha sido impulsada por el éxito de la gastronomía peruana a nivel mundial, lo que ha originado que muchas personas y empresas en el país apuesten por el negocio de la cocina. (s.p)

Este incremento de empresas de restauración en nuestro país ha sido alentado por la difusión y reconocimiento a nivel internacional de nuestra variada gastronomía, siendo la

gran mayoría micro o pequeñas empresas de índole familiar, muchas de las cuales son gestionadas por personas que carecen de la preparación que se requiere.

Según señaló el presidente del Subcomité de Gastronomía de la Cámara de comercio de Lima, Nicolai Stakeeff (2017):

Del total de establecimientos que se inauguran mes a mes, casi un 50% cierra antes de los tres meses pues no existe un conocimiento vasto de lo que significa la responsabilidad de otorgar un verdadero servicio (...) De ahí que el nivel de informalidad en el sector continúe siendo altísimo, originando que el mayor número de pequeños negocios que se abren mes a mes (90% del total de establecimientos son pequeñas empresas) termine por cerrar. Además, según cifras oficiales, de los 220 mil establecimientos existentes, solo 65,891 % corresponden a la categoría de restaurantes categorizados (de uno a cinco tenedores) y no categorizados. Y, lo que es peor, de ese total apenas el 1,2%, es decir 800 locales, cuentan con la acreditación del programa Restaurantes Saludables, que lidera el Ministerio de Salud (Minsa).

En la actualidad se inauguran nuevos restaurantes que al poco tiempo de funcionamiento desaparecen del mercado, esto se debe a los bajos estándares de calidad con los que trabajan las empresas, afectando negativamente a este sector, además que muchos de ellos operan bajo la sombra de la informalidad.

Por otro lado, Jara (2013) indica:

La deficitaria estructuración y organización de los servicios alimentarios, que se ofrecen, malas prácticas de manufactura, falta de análisis de riesgo, desmejoran la posibilidad de un servicio de excelencia al que tiene derecho la población.

Son muchos los factores que se deberían tomar en cuenta al momento de iniciar o emprender un negocio de tipo de restauración ya que los aspectos a tomar en cuenta deberían partir no solamente en la parte económica, sino que también se debería tomar en cuenta mejorar los estándares de calidad. (s.p)

Para que una empresa de restauración funcione con éxito, es muy importante tener en cuenta al cliente ya que ellos son quienes van a evaluar y medir la calidad del servicio. Los clientes asocian al restaurante con el personal, por ello necesario que cuenten con

formación en el rubro y en las buenas prácticas.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2013) indica:

El personal de contacto debe ofrecer servicios de calidad que superen la exigencias del cliente, no solo para que sean más eficientes en el desempeño de sus funciones, sino también para que sean capaces de personalizar mejor la oferta de los servicios y productos de la empresa y de esta manera, al tener cliente satisfechos, lograr una cartera estable de clientes. (p.9)

Es sumamente importante que el personal encargado de ofrecer los servicios al cliente tenga conocimientos que les permita brindar una atención de calidad y que sus servicios superen las expectativas del cliente, y que de este modo queden completamente satisfechos.

Mincetur presentó el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR), creado como instrumento con el fin de combinar atractivos, servicios y facilidades para que conformen un producto turístico de calidad. El Plan Nacional de Calidad brinda también un instrumento valioso que es el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP), que busca capacitar a los prestadores de servicios turísticos y promover la práctica de determinados estándares en busca de la calidad a través de los manuales de buenas prácticas.

Los manuales elaborados por el Mincetur relacionados con el sector restauración son: Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos y servicios afines; manual de buenas prácticas para la atención de clientes; manual de buenas prácticas para la atención de clientes dirigido al personal de contacto; manual de buenas prácticas desarrollo de habilidades y destrezas para la atención de clientes en restaurantes y la guía introductoria de buenas prácticas ambientales para el sector turismo.

El Objetivo es lograr un posicionamiento líder del país como destino turístico reconocido por la calidad total de su oferta, que servirá en la mejora de la calidad, en el aprovechamiento sostenible del patrimonio natural y cultural, en el incremento significativo del ingreso por turismo y los beneficios económicos de las empresas turísticas.

Mincetur (2013) en el Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR señala:

Se está buscando sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos sobre la importancia de la calidad. Es así como una de las herramientas que se viene promoviendo para sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos sobre la importancia de mejorar la gestión de sus negocios, son las buenas prácticas, como un paso previo para sentar las bases de una cultura de calidad. En este sentido, el Manual de Buenas Prácticas de Gestión de Servicio para Desarrollo de Habilidades y Destrezas para la Atención de Clientes en Restaurantes tiene como finalidad poner a disposición de las empresas, principalmente organizadas como MYPES, una variedad de procedimientos, técnicas operativas y habilidades prácticas para resultados eficaces en la prestación del servicio a los clientes. (p.9).

Las empresas del rubro restauranero deberían poner en práctica las Buenas Prácticas y además participar de las charlas y capacitaciones que ofrecen las entidades turísticas para promover servicios de calidad.

En los últimos años en la ciudad de Casma el turismo se viene incrementado considerablemente, unido a ello se puede apreciar el surgimiento de diversas empresas cuyo fin es brindar servicios de alimentación.

Según señaló la Gerente de Industria y Turismo de la Municipalidad Distrital de Casma Wini Rapray Hinostriza (16 de febrero del 2017):

Según los datos obtenidos de las charlas y capacitaciones que se vienen realizando a los prestadores de servicio desde el año 2014, muchas de estas empresas no prestan interés en participar de ellas, ya que según el registro de asistentes tan solo 34 establecimientos restauraneros son el número máximo que asisten a dichas charlas, en la última capacitación denominada “Técnicas de atención al cliente” tan solo asistieron 26 empresas.

Para que una empresa de restauración crezca es importante que el personal, incluido el propietario estén altamente capacitados y calificados. Por otro lado, el microbiólogo del

hospital San Ignacio de Casma Jesús Horna Salinas (18 de febrero del 2017) señaló:

Restaurantes y cevicherías de la ciudad de Casma cuentan con grandes problemas dentro del establecimiento, ya que la gran mayoría no cuentan con un carnet sanitario que garantice que los encargados de manipular los alimentos estén en óptimas condiciones de salud. Además de ello señaló que un 95% de los establecimientos que ofrecen el servicio de restauración no acuden a las charlas de buenas prácticas. Cabe señalar que, en un establecimiento ubicado en el centro de Casma, se encontraron insectos dentro de los alimentos, y dicha negligencia fue denunciada y seguidamente se dio el cierre de dicho lugar. Además de todos los problemas señalados gran número de los establecimientos de restauración no cuenta con una infraestructura adecuada que garantice la seguridad de los asistentes y es allí donde los dueños o encargados tendrían que enfocarse en buscar mejorar las condiciones del establecimiento.

En cuanto a la atención al cliente, los restaurantes de la ciudad de Casma ofrecen una atención regular, pues de acuerdo a los reglamentos establecidos muchos de ellos deberían trabajar en la mejora del servicio, además de ello gran número de establecimientos no participan de las charlas o capacitaciones que gestiona la municipalidad de Casma.

En la ciudad de Casma podemos encontrar que la mayoría de restaurantes son de tipo familiar, y muchos de ellos no cuentan con una buena administración que garantice un buen desempeño. Es por esta razón que existen problemas que dificultan a la hora de ofrecer un buen servicio.

Muchos de estos establecimientos presentan grandes problemas en la higiene del local, ya que por falta de capacitación desconocen las medidas de higiene que deberían tomar, en otros casos se debe a la falta de inspecciones que se deberían realizar a estas empresas de restauración.

En esta investigación, se evaluó la aplicación de las Buenas Prácticas en el restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma, una empresa familiar que desde el año 1978 hasta la actualidad logró consolidarse como una de los mejores restaurantes de la ciudad. El restaurante “El Tío Sam” se ubica en Av. Huarmey 138 en el centro de la ciudad.

Su oferta gastronómica está conformada por variados platos; en su carta se pueden encontrar diferentes secciones: pollos, menú marino, menú ejecutivo, platos típicos, menú del día etc. La demanda del restaurante “El Tío Sam” está constituida por personas de negocios, familias y grupos de amigos, además que en las temporadas festivas se puede observar un gran número de turistas extranjeros.

Cabe señalar que el restaurante “El Tío Sam” en el tiempo que tiene de funcionamiento, no había llevado a cabo una evaluación de la calidad de su servicio; es por ello que la investigación planteó como pregunta de investigación: *¿Cuál es la calidad del servicio del restaurante “El Tío Sam” de Casma, en base al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas, en el año 2017?*

La investigación ha tenido como objetivo general evaluar la calidad del servicio del restaurante “El Tío Sam” de Casma a través del cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en el año 2017. El cual se alcanzó a través de los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales características del restaurante “El Tío Sam” relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión empresarial del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión del servicio del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017.

- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión medioambiental del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión socio cultural del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017.

En cuanto a la metodología de la investigación, tenemos que se trató de una investigación cualitativa-cuantitativa, basada en un estudio de caso único, con un nivel descriptivo, las técnicas empleadas fueron la entrevista y la observación, por otro lado, los instrumentos utilizados fueron la guía de entrevista, 5 fichas de observación y una cámara fotográfica.

La presente investigación es importante ya que se aborda un tema fundamental para el desarrollo de la actividad turística, como es la evaluación de la calidad del servicio de las empresas de restauración. La calidad en el servicio es importante para el buen desempeño y crecimiento del restaurante, la evaluación de la calidad es una estrategia que deberían poner en práctica todos los establecimientos para así poder identificar oportunidades de mejora.

En este sentido, la investigación ha permitido obtener información que permitirá mejorar la calidad del servicio y con ello asegurar la preferencia de los comensales. De otro lado se estará ayudando al personal de la empresa a desarrollar de manera más eficaz sus funciones.

Esta investigación, también servirá como guía de referencia para los propietarios de otros restaurantes, que busquen mejorar su servicio; ya que les permitirá saber qué aspectos se deben evaluar y qué tipo de medias se deberán tomar para garantizarles a los clientes un servicio de calidad.

La investigación consta de cinco partes; en la primera parte se presenta la introducción, en la que se contemplan aspectos generales de la investigación como son la problemática, la pregunta de investigación, los objetivos y la justificación; en la segunda

parte se presenta la revisión de literatura, incluyendo una revisión de antecedentes vinculados con la investigación a nivel nacional, por otro lado, se incluyen las bases teóricas en las que se han desarrollado temas como el servicio de restauración, la calidad y las Buenas Prácticas; en la tercera parte se contempla la metodología de la investigación, en la que se considera el tipo, nivel, diseño y caso de la investigación, además de las técnicas e instrumentos, procedimiento de recolección de datos y análisis de datos; en la cuarta parte se presentan los resultados , incluyendo las características generales del establecimiento de restauración como la historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal, por otro lado se contempla el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, en las que se muestra las tablas y gráficos con los resultados obtenidos con respecto al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, además se presenta el análisis de los resultados; finalmente en la quinta parte se presentan las conclusiones.

Entre los principales resultados de la investigación con relación al cumplimiento de los estándares derivados de las Buenas Prácticas tenemos que, de los 261 estándares evaluados, la empresa cumple con 191, lo que indica que la calidad de la empresa es regular, ya que cumple con un 73,2% del total de los estándares. Para que la empresa llegue a un mejor nivel de calidad, debe poner énfasis en mejorar aspectos vinculados con el equipamiento e infraestructura, y la gestión medioambiental.

II. REVISION DE LITERARURA

Se ha llevado a cabo la indagación de antecedentes vinculados con la investigación, habiéndose identificado las siguientes investigaciones.

Vidal (2016), realizó la tesis denominada “Evaluación de la calidad del servicio del restaurante Venecia dela ciudad de Chimbote, utilizando estándares derivados delas Buenas Prácticas, en el año 2016”. La investigación fue de tipo cualitativo-cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. En lo que respecta al cumplimiento de estándares en la gestión administrativa, se obtuvo que el restaurante Venecia cumple con 34 estándares, que equivalen al 55,45 %; si bien representa un buen porcentaje, es necesario que la empresa corrija las fallas en cuanto a la planificación y organización, ya que de estos dos factores depende el futuro de la empresa. Con relación a las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura, con 38 estándares, el 72,15 %, de 54 evaluados, siendo la dimensión que reporta el mejor cumplimiento; sin embargo, es necesario implementar los estándares que se vienen incumpliendo, puesto que el componente tangible es importante en este tipo de empresas. En cuanto a la gestión del servicio, de 114 estándares evaluados, el restaurante Venecia presenta un cumplimiento del 60,53 %; al tratarse de una empresa de servicios, es indispensable que se cumpla con la totalidad de estándares. En relación con la gestión medioambiental, se evaluaron 24 estándares, de los cuales cumple con 14, que representan el 58,3 %. Este resultado refleja la poca atención que se le presta a este aspecto de tanta importancia tanto para la empresa como para el medio ambiente. Respecto a la dimensión de Buenas Prácticas socioculturales, se evaluaron 13 estándares, de los cuales cumple con 9, que equivalen al 69,2 %. El porcentaje es regular, debiéndose demostrar un mayor compromiso tanto con la cultura como con la comunidad local.

Miranda (2016), llevó a cabo la investigación titulada “Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “Aquí gusto” de Nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas, 2016”. La investigación fue de tipo cualitativa-cuantitativa, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. En cuanto a la Gestión Administrativa de los 56 estándares evaluados en el restaurante “Aquí Gusto” cumple con 17, es decir con el 30,35%, siendo las sub dimensiones en las que presentan un alto cumplimiento en la gestión de recursos humanos, gestión de suministros y proveedores y gestión de comunicación y marketing; y aquellas que tienen un bajo cumplimiento son la planificación,

organización, gestión de calidad, gestión de seguridad y gestión financiera y contable. En equipamiento e infraestructura de 54 estándares evaluados, cumple con 31, es decir con el 57,39% las sub dimensiones en las que presentan un mayor cumplimiento de estándares son: exterior, cocina, comedor y servicios higiénicos; mientras que aquellas en las que se cumple un menor número son: almacén, área de personal y oficinas. Con respecto a la Gestión de Servicio, de los 114 estándares evaluados cumple con 62 estándares es decir con el 54,31% las sub dimensiones en las que cumple mayor número de estándares son: almacén de insumos, pre alistamiento de insumos, recepción de insumos, producción de platos, atención del comedor, servicio de bar y cierre del centro de producción. En cuanto a la gestión medioambiental de 24 estándares evaluados el restaurante cumple con 11, es decir un 45,84% siendo el uso de energía la sub dimensión con mayor cumplimiento, por otro lado el menor número de estándares son: uso de agua, consumo de productos, gestión de productos, gestión de residuos y adaptación al medio. Con respecto a la gestión sociocultural el restaurante cumple con 2 de los 13 estándares, es decir con el 15,38% incumpliendo con las dos sub dimensiones evaluadas que fueron apoyo a la cultura local y apoyo a la comunidad. En términos generales el restaurante “Aquí Gusto” cumple con 123 estándares de los 261 evaluados, lo que representa un cumplimiento del 47,74 %, a partir de ello podemos afirmar que la calidad brindada por este establecimiento es regular ya que el porcentaje total no supera el 50%, por lo tanto es necesario desarrollar una estrategia que permita incluir los estándares de Buenas Prácticas en las dimensiones que han salido menos favorecidas en la evaluación, con lo cual se logrará mejorar la satisfacción del cliente, el posicionamiento de la empresa y el crecimiento de la actividad turística en Nuevo Chimbote.

Medina (2015), realizó la tesis “Evaluación de la calidad del servicio del Restaurante Mar y Luna de Chimbote, utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas, 2015”. La investigación fue de tipo cualitativa-cuantitativa, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. En cuanto a la gestión administrativa, de los 56 estándares evaluados el restaurante cevichería Mar y Luna” cumple con 40, es decir con el 69,61%, siendo las sub dimensiones en las que presentan un más alto cumplimiento en la gestión de recursos humanos, la gestión de comunicación y marketing; y la gestión de suministros y proveedores, y aquellas que tienen un más bajo cumplimiento son en planificación y la organización. En equipamiento e infraestructura, de 54 estándares evaluados, el restaurante cevichería cumple con 40, es decir con el 74,05%, las sub dimensiones en las que se presenta un mayor cumplimiento de estándares son la cocina y el comedor, oficina y servicios

higiénicos, mientras que aquellas en las que se cumple un menor número de estándares son: exterior y almacén. Con respecto a la gestión de servicio cumple con 62 estándares de los 114 evaluados, es decir con un 54,39%; las sub dimensiones en las que se cumplen con un mayor número de estándares son producción de platos y atención del comedor, por otro lado, aquellas en las que se cumplen un menor número de estándares son montaje del comedor y reservas. En la gestión medio ambiental, de 24 estándares evaluados cumple con 7, es decir con 2,68%; incumpléndose con la mayoría de estándares de las tres sub dimensiones evaluadas, siendo esta la dimensión en la que se tiene un porcentaje de cumplimiento menor. En la gestión socio cultural, con 5 de los 13 estándares evaluados, es decir con el 38,46%, incumpliendo con la mayoría de estándares en las 2 sub dimensiones evaluadas que han sido el apoyo a la cultura local y el apoyo a la comunidad local. Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que el restaurante cevichería “Mar y Luna” cumple con el 64,36% de los estándares evaluados, lo cual indica que la calidad que la empresa brinda a sus clientes sea buena, sin embargo existen muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural. En este caso podemos concluir con que la empresa tiene que poner más énfasis en mejorar la gestión del servicio, así lograr un mejor balance en la empresa, mejorar la atención al cliente, Buenas Prácticas en la seguridad e higiene, como el apoyo en actividades socio culturales para el mejoramiento de las buenas costumbres.

García (2015), en su investigación denominada “Evaluación de la calidad del servicio del Restaurante “wallqa” de la ciudad de Lima, utilizando el modelo servqual de calidad de servicio en el año 2015”. En la investigación, una parte de la información es de tipo cuantitativo considerando la metodología de investigación dentro de un proceso sistemático y ordenado que busca planear ésta de acuerdo a una estructura lógica de decisiones y con una estrategia que oriente la obtención de respuestas adecuadas a los problemas de indagación propuestos, se realizaron 214 cuestionarios y una encuesta al administrador del restaurante. Los resultados señalan que, de las cinco dimensiones, solo se presenta menor satisfacción como parte de la brecha negativa en la dimensión elementos tangibles debido a la falta de un mayor estacionamiento para los clientes, y, en la dimensión capacidad de respuesta, no se percibió un servicio con rapidez debido a que los platos son preparados al momento. Finalmente, la conclusión que podemos destacar es que el restaurante Wallqa cumple con un estándar de calidad en su servicio a la altura de un restaurante cinco tenedores teniendo brechas entre las expectativas superadas por la percepción al recibir el servicio y

muchas veces superando éstas, además es muy importante que el restaurante considere la calidad del servicio como una herramienta competitiva. Los resultados obtenidos no solo son importantes para la toma de decisiones sino para asignar valores económicos a la calidad.

Tori (2014), realizó la tesis llamada “Evaluación de la calidad del servicio del Restaurante Cafetería Rebachinni de Nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas, en el año 2013”; para lo cual se han evaluado estándares en buenas prácticas relacionadas con: la gestión administrativa; el equipamiento y la infraestructura; la gestión del servicio; la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. La metodología desarrollada ha sido un estudio de caso único transversal, las técnicas empleadas han sido la observación, la entrevista y la revisión documental, como instrumentos de han contado con guías de observación, formatos de entrevista, libreta de campo y cámara fotográfica. Los resultados de esta investigación en relación al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, la gestión administrativa, cumple con el 46,5 % de los 56 estándares evaluados, siendo necesaria la inclusión de una mayor cantidad de estándares derivados de las buenas prácticas a fin de asegurar un buen desempeño de la empresa y asegurar su permanencia en el mercado. En equipamiento e infraestructura de los 54 estándares evaluados, cumple con el 85,2%, siendo esta dimensión la que ha reportado el mayor porcentaje de cumplimiento. Con relación a la gestión del servicio, el restaurante cafetería cumple con el 84,2 % de estándares lo cual es bastante bueno, pero se deberían mejorar los aspectos que no se están cumpliendo a fin de garantizar la satisfacción de los comensales y con ellos asegurar la competitividad de la empresa en el mercado local. De los 24 estándares evaluados en la gestión medio ambiental cumple con el 58,3%, siendo la tendencia y necesidad de hoy en día de las empresas del sector turismo el practicar la responsabilidad con el medio ambiente, la empresa debe implementar la mayor cantidad posible de estándares considerados en esta evaluación, lo cual además de beneficiar al medio ambiente también redundará en el beneficio de la empresa. En cuanto a las Buenas Prácticas socio culturales, cumple con el 23,1%, evidenciándose un débil compromiso por apoyar la cultura y a la comunidad. De acuerdo a los resultados obtenidos podemos concluir con que es necesario la inclusión de una mayor cantidad de estándares derivados de las buenas prácticas a fin de asegurar un buen desempeño de la empresa y asegurar su permanencia en el mercado, cabe señalar que se puede mejorar el desempeño incluyendo una mayor cantidad de estándares derivados de las Buenas Prácticas.

Samanamud (2014), en su investigación titulada “Evaluación de la calidad del servicio del restaurante Picantería Panchito de Chimbote, utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas, en el año 2013” Indica que La calidad es un aspecto de mucha importancia en la actual situación de la actividad turística y la alta competitividad en los restaurantes; siendo necesario incluir de buenas prácticas en la gestión empresarial y su evaluación permanente para poder identificar aquellos aspectos que están fallando y llevar a cabo medidas para darles solución. La metodología desarrollada ha sido un estudio de caso único cuantitativo – cualitativo, las técnicas empleadas han sido la observación, la entrevista y la revisión documental, a través de guías de observación, formatos de entrevista, libreta de campo y cámara fotográfica. Los resultados de la investigación evidencian que, en la gestión administrativa, de los 56 estándares evaluados que representan el 21,5 % de estándares, el restaurante cumple con 13, es decir con el 30,00 %, porcentaje bastante bajo que se constituye en un limitante para que la empresa desarrolle todo su potencial y se consolide como una empresa reconocida en el mercado local. En equipamiento e infraestructura, de los 54 estándares evaluados que representan el 20,7 % de estándares evaluados, el restaurante cumple con 29 es decir con el 53,0 %, siendo aceptable el nivel de cumplimiento, pero considerando que el local y su equipamiento forman parte de la oferta gastronómica. En la gestión del servicio se han evaluado un total de 114 estándares que representan el 43,7 % de estándares evaluados, tenemos que el restaurante cumple con 57, es decir con el 50,0%, pudiendo afectar esta situación de forma negativa en la experiencia del cliente. En la gestión cumple con 8 de los 24 estándares evaluados, es decir con el 33,0 %; la no aplicación de estándares en esta sub dimensión además de generar una imagen poco favorable en la demanda afecta a la empresa en el aspecto económico, ya que su inclusión reportaría un ahorro significativo de energía y suministros. En la gestión socio cultural se han evaluado 13 estándares, de los cuales la empresa cumple con 2, es decir con el 15,0 %; siendo necesario que la empresa ponga en práctica estrategias que permitan contribuir con la comunidad en la cual lleva a cabo su labor. En conclusión se puede observar que este restaurante no llega a cumplir ni si quiera con el 50% de los estándares evaluados, lo que significa que la calidad del servicio no es muy buena, siendo necesaria la inclusión de los estándares propuestos, con lo cual se conseguirá un mejor desempeño de la empresa y una mayor satisfacción de los clientes.

Fernández (2014), en su investigación “Evaluación de la calidad del servicio del Restaurante Chifa Hugo's de Chimbote, utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas, en el año 2013” Señala que La importancia de la evaluación de la calidad radica en que los resultados obtenidos de ella, permitirán desarrollar estrategias y acciones para mejorar la calidad del servicio. De los 56 estándares evaluados, el restaurante Chifa Hugo's cumple con el 35,65%, esto se debe a que la empresa no planifica, no se evidencia una organización eficiente ni se desarrolla la gestión de calidad. En el equipamiento e infraestructura, de los 54 estándares evaluados, cumple con el 74%, esta dimensión ha sido la que ha obtenido un más alto porcentaje de cumplimiento, aunque cabe resaltar que han aspectos que merecen una acción inmediata como es el caso de la limpieza del entorno y mejor presentación de la fachada. En relación al cumplimiento de estándares en la gestión del servicio de los 114 estándares evaluados cumple con el 49,9%, es decir casi la mitad; hoy en día el servicio ha pasado a convertirse en el aspecto diferenciador entre las empresas de un mismo rubro, por ello se deberían incluir estándares de las Buenas Prácticas para mejorar la experiencia de los comensales. En la gestión medio ambiental el 29,18% de los 24 estándares evaluados, esta es la dimensión que presenta el más bajo cumplimiento, lo cual no hace sino reforzar lo que ya es conocido. En la gestión socio cultural, de los 13 estándares evaluados, la empresa cumple con el 30,8%, lo cual evidencia la poca importancia que se le da a aspectos vinculados con la comunidad y la cultura local. Los resultados de la investigación evidencian que de los 261 estándares evaluados, la empresa cumple con un 49,9 % siendo necesarias implementar acciones inmediatas a fin de mejorar la calidad del servicio. Como podemos ver se requieren generar estrategias que contribuyan a mejorar las capacidades del personal, debido a que en una empresa dedicada al rubro de la restauración el personal cobra vital importancia.

Moreno (2014), en su investigación titulada “Evaluación de la calidad del servicio del Restaurante Parrilladas el Uruguayo de Nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas, en el año 2013” señala que evaluar la calidad del servicio hoy en día se ha convertido en una necesidad a fin de poder desarrollar estrategias para ser competitivos. El Restaurant Parrilladas ``El Uruguayo`` se ha visto beneficiado con esta investigación, puesto que la evaluación le ha permitido detectar sus puntos débiles y poder tomar acciones para poder corregirlas y de esta manera tener una gestión más eficiente y clientes más satisfechos con el servicio. En lo que respecta al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en la gestión administrativa cumple con un 53.65% de los

56 estándares evaluados, motivo por el cual no se tiene una gestión eficiente de la empresa, requiriéndose un mayor trabajo en la gestión de recursos humanos, la gestión de calidad y la planificación. En cuanto al equipamiento e infraestructura cumple con el 61,1 % de los 54 estándares evaluados. En cuanto a la gestión del servicio, cumple con 56,05 % de 114 estándares evaluados, siendo los puntos fuertes la gestión del comedor y la producción de platos, mientras que el mantenimiento, el servicio de bar y el almacenamiento presentan deficiencias que deben ser subsanadas. En el cumplimiento de estándares en cuanto a gestión medioambiental cumple con el 58,5 % de los 24 estándares evaluados, debiendo mejorar aspectos vinculados con la gestión de residuos y la adquisición de productos. En relación a la gestión socio cultural cumple con el 61,5 % de los 13 estándares evaluados, pudiendo mejorarse su relación con la comunidad y su apoyo a la cultura local. Finalmente se puede observar que el restaurante parrilladas “El Uruguayo” no cuenta una gestión eficiente de la empresa, requiriéndose un mayor trabajo en la gestión de recursos humanos, la gestión de calidad y la planificación.

Sánchez (2013), desarrolló la investigación denominada “Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “El Encuentro” de la ciudad de Huaraz, utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas, en el año 2013”. La investigación fue de tipo cualitativo-cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. Respecto a la gestión administrativa; éste es uno de los puntos más débiles en el restaurante “El Encuentro”, ya que cumple solo con la mitad de los estándares recomendados para tener una dirección óptima. En cuanto al equipamiento e infraestructura, cumple con la mayor parte de estándares, un 77% de estándares se cumplen en la empresa. En cuanto a la gestión del servicio se cumple un 80% de los estándares, lo que muestra que la calidad de servicios que se brindan en la empresa es alta, pues se toma en cuenta y se tiene gran cuidado en el servicio, desde la adquisición y manejo de insumos, su preparación, hasta que el producto llega al cliente y éste se retira del local. En la gestión medioambiental del restaurante “El Encuentro”, los estándares son cumplidos parcialmente, ya que si bien se toma en cuenta prácticas para el ahorro de energía y agua en la empresa, aún quedan puntos que fortalecer, principalmente en lo referente al consumo de productos, pues no se toma en cuenta algunas prácticas que podrían aminorar el impacto de la empresa en el medio ambiente. En cuanto a la gestión sociocultural se cumple con casi un 80% de los estándares, lo que muestra un alto grado de compromiso con la comunidad y su cultura por parte de la empresa, en cuanto a la gestión del servicio se cumple un 80% de los estándares, lo que muestra que la calidad de

servicios que se brindan en la empresa es alta, pues se toma en cuenta y se tiene gran cuidado en el servicio, desde la adquisición y manejo de insumos, su preparación, hasta que el producto llega al cliente y éste se retira del local.

2.1. El servicio de restauracion

Con relación al término servicios encontramos diversas definiciones como:

Mincetur (2010), señala:

El servicio es el resultado de una sucesión de actos en los cuales interaccionan el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, de acuerdo a procesos y procedimientos previamente establecidos, que buscan la satisfacción del consumidor y el logro comercial de la empresa prestataria. (p.75).

Las actividades de restauración forman parte del sector servicios, al respecto Mincetur (2008) indica:

Que “Es un establecimiento donde se preparan y se sirven comidas según un menú o a la carta, aprecios definidos por el establecimiento”. (p.20). Por otro lado, la Secretaria de Turismo de Argentina – Sectur (2008) señala que “Es un establecimiento donde se vende comida para ser consumida en el mismo lugar, tanto elaborado en el establecimiento como producido por terceros.” (p. 8).

Sánchez Feito (2000), señala:

Es erróneo pensar que un restaurante vende sólo un determinado producto (un refresco, un plato, etc); por el contrario, estos productos van siempre acompañados de un servicio que el cliente paga y que no se puede separar del producto en sí. (p.226).

Nanclares (2001), señala:

El servicio es una parte de la oferta de los establecimientos de restauración, señala que los tres productos que ofrece un restaurante son alimentos, bebidas y servicios. Los dos primeros son tangibles, por lo que su calidad y especialización debe proporcionar satisfacción al cliente. Los servicios son intangibles y complementarios de los anteriores. Un buen servicio es esencial. La satisfacción del comensal está en

la calidad de los alimentos y en el servicio recibido. (p.49).

El servicio de restauración es una actividad que se desarrolla en sitios abiertos al público en el cual se preparan alimentos y bebidas para ser consumidos en el mismo local de producción, esta actividad nace como respuesta a las necesidades básicas y sociales de las personas.

2.1.1. Características del servicio de restauración

A continuación, se muestra las características del servicio de restauración. Manual CTN (2007):

- **Intangibilidad:** Los servicios turísticos no pueden ser experimentados, sentidos, probados, oídos u olidos antes de ser comprados. Poseen características que sólo pueden ser descritas de forma subjetiva, por lo que resulta imposible saber con certeza si van a ser satisfactorios para los clientes antes de su prestación. No obstante, los consumidores buscan evidencias de la calidad del servicio, por lo que el proveedor debe lograr que éste se vuelva lo más tangible posible, a través de instrumentos como el local (soporte físico), personal, equipamiento, material, promocional, símbolo (marca) y precio.
- **Consumo in situ:** Los servicios son brindados y consumidos simultáneamente en el mismo lugar. Los usuarios están presentes durante el proceso de servicio, por lo cual el servicio será evaluado en detalle por el consumidor.
- **Inseparabilidad:** Los servicios son producidos y consumidos al mismo tiempo. Ello no ocurre con los bienes físicos, que son producidos, almacenados, vendidos y, luego, consumidos. Quien presta el servicio también es parte del mismo y, como el cliente está presente durante la prestación, la interacción entre el proveedor y el cliente será un aspecto clave en el resultado final.

- **Presentación personal:** Los servicios turísticos son proporcionados por el personal de la empresa y se caracterizan por un nivel muy alto de contacto interpersonal. La calidad de esta interacción influenciará la opinión de los clientes sobre los servicios recibidos.
- **Variabilidad:** La consistencia del servicio y la uniformidad de su calidad dependen de aspectos demográficos, socio-económicos y psicológicos de los consumidores y proveedores. Los servicios son altamente variables, pues dependen de quien los brinda, de cómo lo realiza, de cuándo y dónde. La prestación del servicio, por tanto varía de un proveedor a otro y también de un consumidor a otro.
- **Percibibilidad:** Los servicios no pueden ser guardados en stock para su consumo posterior, pues se ofrecen en fechas y horarios determinados. Por ello, muchas veces los servicios se pagan por adelantado, pues no son recuperables si no llegan a ser utilizados por el cliente.
- **No transmiten propiedad:** La compra y consumo de los servicios turísticos no dan lugar a la transferencia de su propiedad; sólo se adquiere un derecho temporal de uso, de acuerdo a los términos pactados. (p. 33, 34)

Como se puede apreciar los servicios poseen unas características muy particulares, las que deben ser tomadas en cuenta a la hora de gestionarlas.

2.1.2. Clasificación de las empresas de restauración

2.1.2.1. Clasificación de las empresas de restauración según su tipo

Foster (1995), señala:

Los restaurantes comerciales se dividen en cinco categorías principales: Clásicos, ocasionales, especializados, familiares y comida rápida.

- a) **Restaurantes clásicos:** En un restaurante clásico se destaca la cocina tipo gourmet, también conocida como alta cocina o cuisine (la palabra cuisine es francesa y significa "el arte de preparar comida fina"). Un restaurante clásico se diseña y opera de acuerdo con la tradición europea y busca atraer clientes dispuestos a pagar altos precios por platillos sofisticados, servidos con estilo y elegancia. Todos los restaurantes clásicos tienen chefs de alta escuela, la mayoría de los cuales ha dedicado su vida a dominar el arte de la preparación de platillos finos. Muchos establecimientos de este tipo también incluyen cavas con gran número de vinos finos. Otra característica de un restaurante clásico es el ambiente elegante y personal bien entrenado y disciplinado.
- b. **Restaurantes ocasionales:** Un restaurante ocasional puede ser formal o informal, con un menú variado y precios moderados o altos. El interior puede estar decorado como un comedor elegante, una sala o una estancia. Las características principales de los restaurantes ocasionales son las comidas tradicionales, de tipo familiar, y el énfasis en el ambiente. Los alimentos son preparados por buenos cocineros que por lo general no tienen un entrenamiento formal ni experiencia clásica. En los restaurantes ocasionales son comunes los bares y el personal de servicio completo, incluyendo un anfitrión (host o hostess), un capitán de meseros, meseros y ayudantes de meseros.
- c. **Restaurantes especializados:** Los restaurantes especializados son, aparte de los establecimientos de comida rápida, el tipo de servicio de alimentos más popular del mundo. En esta categoría se incluyen los restaurantes étnicos, como los que sirven comida italiana, china, japonesa, mexicana, alemana o sueca. Otros restaurantes de esta categoría se especializan en carnes, pescados y mariscos o comida naturista, por ejemplo. Un restaurante especializado por lo general tiene un menú de variedad limitada que gira alrededor de un tema central. También es usual que el diseño, la decoración y los interiores reflejen ese tema. Los precios en los restaurantes especializados tienden a ser razonables.

- d. Restaurantes familiares:** Los restaurantes familiares incluyen las cafeterías. Por lo general, un restaurante familiar tiene ambiente y menú modestos y ofrece una calidad consistente en la comida y el servicio. Los platillos son comunes y crean una sensación de seguridad y atractivo para un gran número de comensales. El menú puede ser limitado o diversificado, pero los precios siempre son moderados.
- e. Establecimientos de comida rápida:** Dichos establecimientos están diseñados para prestar un servicio eficiente y rápido; se caracterizan por tener un mostrador de autoservicio, menú limitado y precios bajos. La comida rápida ha pasado por muchos cambios desde 1980, como respuesta a modas y tendencias sociales. (pp. 22 - 26).

2.1.2.2 Clasificación de las empresas de restauración según su tamaño

Los restaurantes según su tamaño pueden ser grandes, medianos, pequeñas y micro empresas; en el Perú la mayor parte de las empresas dedicadas al rubro de la restauración son MYPE (micro y pequeña empresa).

Ley de Promoción de la micro y pequeña empresa (2013):

Micro y pequeña empresa:

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.

Deben reunir las siguientes características:

Niveles de ventas anuales

- La micro empresa hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias UIT.

- La pequeña empresa a partir de monto máximo señalado para las micro empresas y hasta 1700 Unidades Impositivas Tributarias UIT.

Casanueva, García y Caro (2000), indican:

El tamaño de una empresa turística puede ser uno de los condicionantes más importantes a la hora de ejercer su actividad y para la forma de gestionarla. En general, las empresas turísticas de menor dimensión se encuentran con una serie de inconvenientes derivados directamente de su tamaño y a ellos se unen otra serie de desventajas que también están relacionadas con este y que son comunes a la mayor parte de las pymes.

Frente a estas desventajas la pyme turística cuenta con una ventaja fundamental, que, si es bien utilizada, le puede permitir ejercer con éxito su actividad. Se trata de la flexibilidad. Se puede definir como la capacidad de la empresa para adaptarse en un plazo corto de tiempo y con un bajo coste a todos los cambios que se van produciendo. La flexibilidad característica de un tamaño reducido proviene de las propias particularidades de la pyme turística. (pp. 400 - 403)

2.1.2.3. Clasificación de las empresas de restauración según el reglamento de restaurantes

Según lo señalado en el Reglamento de Restaurantes, el Perú cuenta con un tipo o clase de restaurante que es el restaurante turístico. Al respecto Mincetur (2004) señala:

Que se podrá solicitar la calificación de restaurante turístico para los restaurantes de tres, cuatro y cinco tenedores que cumplan con algunas de las condiciones siguientes: Se ubiquen en inmuebles declarados Patrimonio Cultural de la Nación; Se dediquen principalmente a la explotación de recursos gastronómicos de alguna o varias regiones del país o de la gastronomía peruana; cuenten con salas que difundan muestras culturales del Perú (pictóricas, artesanales y afines) en forma permanente y ofrezcan espectáculos de folclore nacional.

Para que una empresa tenga la dominación de restaurante turístico es necesario que este ubicado en una zona considerada como patrimonio cultural de la ciudad, contar con una decoración propias de la zona, además de ofrecer platos de su localidad.

2.1.3. Categorización de las empresas de restauración

Mincetur (2004), define la categoría como “Un rango definido por el reglamento a fin de diferenciar las condiciones de infraestructura, equipamiento y servicios que deben ofrecer los restaurantes, de acuerdo a los requisitos mínimos establecidos. Puede ser de cinco, cuatro, tres, dos o un tenedor.”

2.1.4. Modalidades de servicio en las empresas de restauración

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2008) señala:

Las modalidades de servicio en un restaurante son:

- a) **A domicilio.** Modalidad de servicio que transporta las preparaciones directamente hacia los consumidores.
- b) **A la carta.** Modalidad en la cual el servicio que se ofrece figura en un listado y las preparaciones se efectúan al momento o se encuentran parcialmente preparadas.
- c) **Al paso.** Modalidad por la cual el servido de los alimentos es para el consumo en el lugar o para llevar, siendo muchas veces consumido directamente en el mostrador.
- d) **Autoservicio.** Modalidad que permite al comensal servirse los alimentos por sí mismo, dado que estos se encuentran dispuestos en una mesa de uso común (buffet). También se considera autoservicio cuando los alimentos se encuentran en una mesa de uso común (buffet) y son servidos, según la elección del comensal, por un manipulador ubicado detrás del mostrador.
- e) **Comida Rápida o Fast Food.** Lugares de expendio de diferentes tipos de comidas, donde se sirve o atiende rápidamente. Las comidas

que se suelen preparar son hamburguesas, pizzas, pollos, sándwiches y menú ligeros que son pre-elaboradas y bajo estándares establecidos. En esta categoría se puede considerar la atención de comidas en vuelos, viajes en buses, trenes y barcos.

- f) **Menú.** Modalidad que tiene varias opciones de refrigerio completo, las cuales se preparan en grandes cantidades y se sirven en un horario de atención definido. (p.20)

Para brindar cualquiera de estos servicios es necesario que los prestadores de servicio tengan en cuenta, el poder ofrecer siempre los alimentos en las mejores condiciones, ya sea la temperatura (frío o caliente), buscando mejorar en lo posible la presentación del plato que se espera ofrecer.

2.1.5. Tipos de servicio en las empresas de restauración

- a) **Servicio francés:** También denominado servicio a la francesa, Dahmer y Kahl (2002) señala:

Este servicio es un tipo de servicio de etiqueta originario de la nobleza europea y disfrutado actualmente por aquellos pocos que pueden disponer de tiempo y dinero para las comidas servidas de esta manera. En el servicio francés, el alimento es cocinado o completado al lado de la mesa delante de los comensales. El alimento es llevado desde la cocina al comedor en pesados platos de plata y colocado sobre una mesa con ruedas llamada guéridon. Para mantener el alimento caliente se utiliza un pequeño hornillo de alcohol llamado réchaud. El alimento se termina de cocinar, se deshuesa, filetea y se le coloca la guarnición cuando la precisa y se sirve a los comensales en platos calentados.

- b) **Servicio inglés:** Dahmer y Kahl (2002), señala:

Este tipo de servicio se utiliza ocasionalmente para una comida especial servida en un comedor privado de un restaurante, aunque es más típico de una comida servida por el servicio doméstico en un hogar privado. El alimento sobre bandejas y los platos calentados se llevan desde la cocina y se colocan

delante del comensal que preside la mesa. El comensal o uno de los camareros trincha la carne, si es necesario, y distribuye el plato principal y las verduras en platos individuales. Él o ella pasa los platos al camarero que permanece en pie a la izquierda, quien sirve al comensal de honor y al resto de los comensales. Todas las salsas y los platos secundarios y, en algunos casos, las verduras se encuentran sobre la mesa para que se sirvan los comensales.

- c) **Servicio americano:** García, F., García, P. y Gil (2011), indican que “este servicio actualmente es el método más empleado en la mayoría de los establecimientos de restauración, El personal de sala solamente debe retirar el plato de cocina y servirlo al cliente por su derecha.” Por otro lado, Dahmer y Kahl (2002), señala:

En este tipo de servicio, el alimento se sirve en los platos en la cocina. Con la excepción de la ensalada, el pan y la mantequilla, la mayor parte del alimento se coloca en el plato de entrante. La comida es servida por un sólo camarero. El alimento es servido por la izquierda del comensal, las bebidas por la derecha, y los platos sucios se retiran por la derecha. Este servicio puede ser simple e informal o complejo y elegante.

- d) **Servicio buffet:** , Dahmer y Kahl (2002), indica:

Con este tipo de servicio, los comensales seleccionan sus comidas a partir de los alimentos dispuestos de forma atrayente en largas mesas. Los comensales bien se sirven ellos mismos o son servidos por chefs situados detrás de las mesas del buffet. La vajilla y las servilletas pueden colocarse de forma conveniente sobre la mesa del buffet para que los comensales las recojan con su comida, o pueden ser colocados previamente cubiertos completos (generalmente del sistema americano) en las mesas del comedor incluyendo panecillos, mantequilla y condimentos.

Dentro de los tipos de servicios en las empresas de restauración, el servicio americano es el más utilizado en la actualidad, se distingue de los demás por su rapidez, ya que el mesero lleva los platos directamente a la mesa.

2.1.6. Restaurante menú

Al respecto, Foster (1995), señala:

Un restaurante familiar, por lo general, tiene ambiente y menú modestos y ofrece una calidad consistente en la comida y el servicio. Los platillos son comunes y crean una sensación de seguridad y atractivo para un gran número de comensales. El menú puede ser limitado o diversificado, pero los precios siempre son moderados. (p. 25)

Mincetur (2008) señala:

Que “La modalidad menú tiene varias opciones de refrigerio completo, las cuales se preparan en grandes cantidades y se sirven en un horario de atención definido.” (p. 20)

El menú se ofrece con una variedad de platos, teniendo así la posibilidad de escoger, todos bajo un mismo precio al alcance de los consumidores. El menú de la casa, incluye, mayormente, las comidas que identifican al restaurante, es decir, son su especialidad.

2.2. La calidad en el servicio de restauración

García y otros (2011), señalan:

Hablar de calidad es hablar de una filosofía aplicada a todos los sectores productivos de las distintas empresas preocupados por el “trabajo bien hecho”, motivados por una sociedad cada vez más informada y exigente, así como por una competencia más intensa y organizada. En este sentido las empresas como único método de supervivencia deben apostar por seguir el camino de la calidad. (p. 152).

Martín (2004), indica que “La calidad se puede definir como el grado de acercamiento entre las características deseadas o especificadas en un producto o servicio y las características realmente logradas en él.” (p. 391); por otro lado, Crosby (1987), señala:

Debemos definir la calidad como el “cumplir con los requisitos”, los requisitos deben definirse con claridad de modo que no puedan malinterpretarse. Entonces se toman medidas continuamente a fin de determinar el cumplimiento con dichos requisitos. El no cumplir con los requisitos significa ausencia de calidad. Los problemas de

calidad se convierten en problemas de incumplimiento con los requisitos, y entonces podemos ya definir la calidad. (p. 22, 23).

Para García y otros (2011)

La calidad es el nivel de excelencia que la empresa se ha marcado con la intención de satisfacer las expectativas de sus clientes. Se trata de implantar un sistema del que sea partícipe toda la organización y que permita descubrir las causas que producen defectos, con el objetivo de reducir costes y ganar en satisfacción del cliente. (p. 153)

La calidad busca satisfacer las necesidades y exigencias de los clientes, si no se logra cumplir estos requisitos se perderán clientes, lo que pondrá en riesgo la supervivencia de la empresa. Sobre el tema desde una perspectiva vinculada con los restaurantes, Foster (1995), indica:

El servicio de alimentos y bebidas puede ser algo sencillo o complicado, así como los alimentos que prepara un chef bien entrenado. Sin embargo, el éxito de un restaurante comercial depende de cómo se combinen seis ingredientes esenciales:

- Administración eficaz
- Alimentos y bebidas de calidad
- Preparación uniforme
- Servicio atento
- Ambiente agradable
- Valor satisfactorio

Muchos restaurantes tienen un gerente capaz, y buena comida o elegante preparación de los alimentos. Otros ofrecen buen servicio, precios competitivos o ambiente agradable. Sin embargo, un restaurante que incorpore todos estos factores tiene la mayor probabilidad de éxito a largo plazo. (p.41)

Al respecto, Martín (2004), añade:

Realmente el objetivo calidad debe perseguirse de modo global, interviniendo todos los niveles de la empresa, es decir, se debe intentar alcanzar lo que se denomina “la calidad total”. Agrega, que la calidad total consiste en la aplicación del control de calidad a todas las operaciones y servicios (administrativos, de gestión, técnicos, etc.), con la participación de todo el personal de la empresa. Su eslogan es “hacer las cosas bien a la primera”, evitando en la medida de lo posible cualquier tipo de error o retraso. En el sector turístico, la calidad del servicio prestado no puede atribuirse solamente a una serie de estructuras, sistemas, instalaciones, etc. Sino que va a depender de una correcta gestión integral de la calidad; el éxito del servicio radicará en que todas las personas que componen la organización ejerzan adecuadamente sus responsabilidades en cada puesto o nivel que ocupen en la empresa, y en esto consistirá el enfoque de la calidad total. (p.393)

Para Ramírez (2002), indica que “La calidad no sólo involucra a los elementos de la empresa, señalando que el concepto de servicio garantizado involucra al de calidad, el cual abarca una responsabilidad global de la empresa turística y de sus proveedores.” (p.12). Lo que es muy cierto ya que la calidad depende en gran parte de los servicios o productos facilitados por terceras empresas.

Ramírez (2002), menciona:

Al igual que los individuos, toda organización turística desarrolla con el tiempo una personalidad bien definida e integrada. En ella surgen ciertas diferencias individuales; la filosofía de calidad busca en consenso de las metas y valores que le permitan a la empresa proporcionar la satisfacción plena del cliente, del proveedor y de su propio personal, congruente con las realidades externas del mercado y del medio social.

La calidad total no es sinónimo de lujo, sino más bien satisfacción de requerimientos, lo cual implica que cualquiera que sea el nivel y la procedencia del turista, el servicio debe brindarse atendiendo a sus necesidades sin que por ello tengan que incrementarse los precios de atención. Esto significa que la calidad total obliga a incrementar los costos de calidad mediante la prevención de los efectos negativos del servicio turístico y a eliminar, por el contrario, costos de mal servicio, los cuales traen

como consecuencia un efecto multiplicador y negativo que va en contra de la rentabilidad de la empresa.

Además, para lograr la calidad total se requiere de una normatividad que facilite el funcionamiento del servicio y que sirva como indicador de rendimiento. Toda norma de calidad constituye una regla de acción, la cual debe fundamentarse en los requerimientos del turista en primer término; no debe contradecir las políticas de servicio y, muy por el contrario, debe ser clara y precisa y de conocimiento de todos, incluyendo al turista en muchas de ellas; deben resultar aplicables por toda la organización, por lo cual es necesario capacitar al personal en tal sentido. (pp.26, 33, 54, 55).

La calidad en el servicio de un restaurante es muy importante a la hora de alcanzar el éxito en el desempeño y crecimiento de la empresa, la calidad se puede medir de acuerdo al grado de satisfacción del cliente relacionado con la atención recibida. Para contar con una mejor calidad del servicio es necesario tener en cuenta las necesidades y expectativas del cliente con respecto a un servicio general.

2.2.1. Tipos de calidad

Según La norma ISO 9000:2000: En la práctica, hay dos tipos de calidad:

- a) **Calidad externa**, que corresponde a la satisfacción de los clientes. El logro de la calidad externa requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para establecer lealtad con el cliente y de ese modo mejorar la participación en el mercado. Los beneficiarios de la calidad externa son los clientes y los socios externos de una compañía. Por lo tanto, este tipo de procedimientos requiere escuchar a los clientes y también debe permitir que se consideren las necesidades implícitas que los clientes no expresan.
- b) **Calidad interna**, que corresponde al mejoramiento de la operación interna de una compañía. El propósito de la calidad interna es implementar los medios para permitir la mejor descripción posible de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos. Los beneficiarios de la calidad interna son la administración y los empleados de la compañía. La calidad interna pasa

generalmente por una etapa participativa en la que se identifican y formalizan los procesos internos.

Para Lefcovich (2009):

La calidad debe comprender todos los rincones de la empresa. Si no se genera calidad interna, mal puede ofrecerse una calidad apropiada a los agentes externos. Por ello la calidad se construye y genera en cada actividad, tarea y proceso de la compañía. (p. 4)

El reto mayor de todas las empresas es superar las expectativas de los clientes, por ello es importante alcanzar el éxito en el desempeño y crecimiento de la empresa, contando con una buena comunicación y dándole un seguimiento oportuno del servicio.

2.2.2. Evaluación de la calidad del servicio de restauración

Ramírez (2002), señala que “La calidad del servicio turístico debe medirse permanentemente con objeto de retomar las actividades en función del logro y de los cambios que se dan.” (p.64). En coincidencia con lo anterior, Casanueva y otros (2000) indican que “Para comprobar el éxito de las acciones emprendidas y estudiar su mejora es conveniente llevar a cabo un proceso de evaluación que determine el grado de cumplimiento.” (p.387).

Por otro lado, Martín (2004), señala que:

Se medirá la calidad del servicio de la empresa en cuestión para comprobar si se acerca o no al nivel de calidad establecido, considerando los requisitos mínimos que el establecimiento debe reunir en cuanto a su infraestructura física y teniendo en cuenta también lo que podríamos denominar el “soft”, es decir, todo lo relacionado con su gestión interna (dirección, organización, previsión, capacidad resolutoria, etc.); a estos requisitos mínimos es a lo que algunos autores denominan “estándares” de calidad. (p.397)

García y otros (2011)

Es posible que nos preguntemos cómo medir algo intangible como es el servicio. Tengamos en cuenta que una medida no tiene por qué ser cuantitativa, una sonrisa

no se mide por lo que dura, sino por su oportunidad. No obstante tendremos que establecer elementos cuantificables al descomponer los comportamientos. (p. 155)

Ramírez (2002),

El control total de calidad se enmarca en el ámbito de la función básica del control administrativo y, por tanto, implica observación, orientación, supervisión y medición del desempeño de los trabajadores y del estado de medios, así como del cumplimiento de las normas y procedimientos. Exige participación de todos los grupos de la organización y de todos los niveles jerárquicos, así como del personal externo a la empresa, como son proveedores y turistas. (p.81)

Ramírez (2002), señala:

El control es la función operativa que hace posible el cumplimiento de las metas de calidad, que permite llevar a cabo planes que ayuden al aseguramiento y mejoramiento de la calidad mediante el seguimiento y retroalimentación permanentes de las actividades turísticas. (p.81)

De la Parra (1995):

Todo negocio necesita valorar los servicios que presta. La condición de sus prestaciones y qué mejoras necesitan, son muy importantes a la hora de efectuar la medición, porque si no se mide el servicio, no hay forma de mejorarlo. También manifiesta que en general, la medición de los servicios siempre va retrasada con respecto a la del área de producción de mercancías, en parte porque es bastante fácil medir la productividad de tangibles, pero no lo es tanto en cuanto a los servicios. Es obvio que se sabe cuándo los productos fabricados son buenos y defectuosos, pero no es tan fácil saberlo cuando se trata de servicios. A pesar de los problemas de la medición de servicios, cada vez más se están llevando a cabo estas actividades. Lo cierto es que no hay elección: las empresas no tienen más remedio que encontrar la manera de efectuar las mediciones de sus servicios, porque si no lo hacen, ya se encargarán de hacerlo sus competidores. (p. 115)

Lefcovich (2009):

Es menester distinguir entre los controles de resultados y los controles de procesos. Los primeros verifican el resultado (variable o atributo) final de un proceso, sea éste

un producto o servicio. En tanto que el control de procesos verifica tanto el funcionamiento de los procesos, cómo la calidad de los insumos. De tal forma, asegurando la calidad de los procesos y componentes, se asegura el resultado final. Cuando de control se trata hay tres etapas a distinguir, la primera consiste en la recolección de los datos o mediciones, la segunda en el procesamiento, análisis e interpretación, y la tercera, en las medidas a adoptar para corregir las causas raíz de los problemas o desviaciones observados. (p. 14)

Mincetur (2012):

El proceso de evaluación es el proceso de valoración del nivel de aplicación de las buenas prácticas, tienen por finalidad acreditar si la empresa está aplicando los procedimientos, conocimientos y valores sistematizados como buenas prácticas de las empresas en turismo; asimismo, tiene carácter selectivo porque permite calificar el desempeño de la empresa turística para otorgarles un reconocimiento por la calidad de los servicios que presta. (p.60).

De la Parra (1995) señala que la evaluación de la calidad tiene una serie de beneficios:

- Mejorar la satisfacción del cliente.
- Mejorar los productos y/o servicios.
- Mejorar los procesos y procedimientos.
- Mejorar la disposición de la institución y el lugar de trabajo.
- Alcanzar la eficiencia y la eficacia en las actividades.
- Reducir la fatiga innecesaria.
- Mejorar el clima laboral.
- Renovar el liderazgo.
- Detectar información que indique oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades. (p. 118).

La calidad se puede definir como una opción empresarial, que busca establecer y asegurar el nivel de prestación de los servicios que satisfaga las expectativas de los clientes,

por ello es necesario tener un conocimiento amplio de todo lo relacionado con la empresa y esa manera buscar mejorar los aspectos que lo requirieren.

2.2.3. Marco normativo y estándares de calidad de los servicios de restauración

2.2.3.1. Marco Normativo de las empresas de restauración a nivel nacional

a) Ley General de Turismo- Ley N° 29408

La ley General de Turismo en su capítulo IV referido a los prestadores de servicios turísticos, estando incluidos en ellos los restaurantes, indica en su artículo 28 las obligaciones de los prestadores de servicios turísticos:

- Cumplir con las normas, requisitos y procedimientos establecidos para el desarrollo de sus actividades.
- Preservar y conservar el ambiente, los recursos naturales y culturales debiendo prestar sus servicios en el marco de los dispuestos en las normas que regulan dicha materia.
- Denunciar todo hecho vinculado con la explotación sexual comercial infantil y cualquier otro ilícito penal del cual toman conocimiento en el desarrollo de su actividad, ante la autoridad competente.
- Informar a los usuarios previamente a la contratación del servicio, sobre las condiciones de prestación del mismo, así como las condiciones de viaje, recepción, estadía y características de los destinos visitados.
- Prestar sus servicios cumpliendo con las condiciones de prestación pactadas.
- Cuidar el buen funcionamiento y mantenimiento de todas sus instalaciones, así como la idoneidad profesional y técnica del personal, asegurando la calidad en la prestación del servicio.
- Cumplir con las disposiciones de salud, seguridad y protección al turista durante la prestación de sus servicios, asimismo facilitar el acceso a personas con discapacidad a los servicios turísticos referidos.
- Informar al turista acerca de las normas de conducta que debe observar para la preservación del patrimonio humano, natural y cultural, así como del medio ambiente.
- Facilitar oportunamente la información necesaria y consistente para actualizar el sistema de información turística.

- Según la ley general de turismo, los prestadores del servicio tienen la obligación de cumplir ciertos reglamentos establecidos para el desarrollo de sus actividades.

c) **Reglamento de restaurantes**

El Mincetur es ente oficial rector de la actividad turística en nuestro país y ha establecido el conjunto de aspectos o requisitos mínimos que debe cumplir un restaurante para poder operar.

Requisitos para el inicio de actividades

Los requisitos para que todo restaurante inicie sus actividades son:

- Estar inscritos en la SUNAT.
- Contar con el certificado de clasificación y/o categorización expedido por el órgano regional competente.
- Contar con la licencia de funcionamiento expedida por la Municipalidad correspondiente.

De la prestación de sus servicios:

- **Condiciones del servicio:** Todo restaurante debe ofrecer al cliente sus servicios en óptimas condiciones de higiene, buena conservación del local, mobiliario y equipos, además debe cumplir con las normas de seguridad vigentes.
- **Calidad en la prestación de comidas y bebidas:** Los restaurantes, en la preparación de comidas y bebidas, deberán utilizar alimentos o ingredientes idóneos y en buen estado de conservación, sujetándose estrictamente a las normas que emitan los organismos competentes.
- **Los platos deberán ser elaborados con los ingredientes que se indican en la Carta o Menú:** Cuando algún ingrediente sea diferente se deberá contar obligatoriamente con la aceptación previa del cliente. (p. 9)

Mincetur ha establecido ciertos requisitos con los que debe contar un restaurante al momento de empezar a funcionar, por eso es importante contar con las condiciones óptimas dentro del establecimiento, teniendo en cuenta los factores que garanticen un servicio de

calidad.

2.2.4. Estándares de calidad en el servicio de restauración

Para Marketing Publishing (2007):

La única forma que tiene la dirección de una empresa de controlar la calidad de sus productos, sin necesidad de supervisar y controlar individualmente, una por una, a todas las personas que trabajan en la empresa y a cada una de las actividades que realizan, es estableciendo objetivos, normas y estándares que reflejen las expectativas de calidad de la organización. (p. 136).

Así mismo, Marketing Publishing (2007) afirma:

Los objetivos, normas y estándares tienen una triple función:

Primero: establecen, basándose en las expectativas de los consumidores y clientes, las metas de calidad que debe alcanzar la empresa.

Segundo: sirven para medir los niveles de calidad que se logran en la empresa.

Tercero: indican al personal cuáles son, de acuerdo con los criterios de la empresa, las características concretas que deben poseer los productos para que sean considerados de calidad. (p. 137)

Para De la Parra (1995):

Cuando en una organización se han considerado el mayor número de variables posibles, es cuando se procede a establecer las normas para un amplio conjunto de condiciones de servicio. El objetivo y los mecanismos necesarios para establecer las normas son sencillos y directos, dando una clara definición y difusión de sus contenidos a los directivos, empleados y clientes. En estas condiciones, los clientes saben lo que esperan, y en general, lo obtienen, mientras que los empleados saben, que van a ser medidos por los resultados y así la supervisión es menos arbitraria y subjetiva. De lo anterior tenemos que el establecimiento de normas está compuesto por tres partes:

- a) Finalidad o propósito.
- b) Describir lo que se espera.
- c) Hacer medible el servicio. (pp.103, 104)

Hospitality & Service University (s.f.):

En el Manual de Estándares de Servicio, señala que un estándar de servicio se puede definir como un estatuto mensurable que describe un nivel de servicio deseado (lo mínimo que debería ser).

Los estándares de servicio deben operar para el beneficio del cliente, del trabajador y del negocio. Cuando el servicio está basado en estándares que alcanzan las expectativas del cliente, éste recibe un servicio confiable en forma más fluida y constante (Consistencia).

Los estándares también establecen prioridades para los empleados, describiendo e indicándoles el comportamiento que es considerado excelente.

Los Estándares, al ser dinámicos para responder a las nuevas exigencias de la demanda y los cambios del entorno, pueden ser adaptados y mejorados.

Los estándares se pueden establecer para diversas instancias y exigencias que presente el proceso de servicio y experienciación, como por ejemplo para pautas de comportamiento de las personas que atienden clientes; para especificar la calidad de las instalaciones y equipamientos para la atención de los clientes; para establecer los aspectos cuantitativos de la calidad del servicio; para especificar la calidad de los productos a elaborar para los clientes.

El establecimiento de estándares no solo constituye una guía para quienes están involucrados día a día en atender a los clientes, sino que también establecen un instrumento para medir el nivel de servicio y el desempeño de los empleados. (pp. 4, 5)

Un estándar puede ser definido como un estatuto en el que se describe el nivel de servicio que se debe brindar, teniendo en cuenta que el principal beneficiario sería el cliente, la aplicación de los estándares busca mejorar la calidad de productos y servicios, que permita crear una ventaja competitiva adecuada a los nuevos retos que el mercado les plantea.

2.3. Las Buenas Prácticas en el servicio de restauración

El Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas (citado por Mincetur, 2012) señala:

Una Buena práctica es “una forma de hacer que ha probado su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra”, tiene como principio fundamental ser útil para estimular nuevas ideas o para actuar como guía con el propósito de conseguir mayor eficacia y eficiencia en el servicio que se presta. Es este sentido, una buena práctica permite a las empresas aprender de las experiencias y aprendizajes exitosos de otros y aplicarlos en su contexto de manera más amplia. (p.13).

Mincetur (2012), indica:

Las Buenas Prácticas no han sido inventadas o generadas desde el escritorio, sino identificadas y sistematizadas a partir de la observación y el análisis de las experiencias exitosas, de tal manera que se constituyan en buenos ejemplos de actuación, a fin de que el empresario pueda inspirarse para mejorar la calidad del servicio que oferta o, si se quiere, tener a su alcance una experiencia de probado éxito que pueda imitar. (p.15).

Por otro lado, para el Servicio Nacional de Turismo de Chile – Sernatur (2011), “Las Buenas Prácticas son acciones para prevenir, corregir y/o mejorar ciertos aspectos del desarrollo turístico. Se pueden aplicar en todas las áreas de servicios y operaciones de la empresa.” (p. 10). Al respecto, Mincetur (2010), agrega que “Se trata de modelos de experiencias positivas a través de las cuales se ha obtenido resultados satisfactorios y son sistematizadas con la intención de que, de acuerdo al caso, puedan ser replicadas o adaptadas en otros contextos.” (p. 40)

Para Van Duynen y Carré (2011):

Las Buenas Prácticas constituyen lineamientos de mejora continua que desde las empresas de alojamiento, transporte, gastronomía, entretenimiento y de viajes se deberían ir aplicando en las áreas operativas y de gestión. Como todo proceso, la implementación de buenas prácticas requiere de cambios de actitud y de gestión. Es esencial adoptarlas como una forma de vida y una filosofía dentro de la empresa para lograr un cambio, no solo en el sector turístico sino también en toda la ciudadanía. (p. 8,9).

Las Buenas Prácticas fueron creadas con la finalidad de que los propietarios de las empresas turísticas busquen mejorar la calidad del servicio. Por esta razón, es necesario orientarse a que el servicio sea cada vez más competitivo, buscando que las empresas implementen cambios y asuman una cultura de servicio que permita incrementar su crecimiento.

2.3.1. Beneficios de las Buenas Prácticas

Van Duynen, y Carré (2011), indican:

La aplicación de estos lineamientos genera beneficios para la empresa y para el cliente. Para la empresa implica una mejora en la calidad e imagen del producto y del destino que promociona. También, un mejor desempeño económico y social que se traduce en ahorros importantes en su estructura de costos, haciendo más eficiente su operación. A su vez, la empresa puede acceder a nuevos mercados más especializados y mejorar su competitividad al diferenciarse como un negocio más amigable con el medio ambiente y la cultura local. Por su parte, el cliente valora positivamente que, tanto la empresa como el destino, cumplan con este tipo de criterios. (p.9)

Por otro lado, Promperú (2006), indica como beneficios para las empresas:

- Ahorrar, al controlar el consumo de recursos y efectivizar los procesos productivos.
- Mejorar la imagen de la empresa, gracias al respeto por el ambiente y la sociedad.

- Acceder a nuevos mercados, más exigentes y especializados.
- Mejorar la competitividad, por la diferenciación de un negocio limpio y sustentable.
- Proteger el ambiente, para mantener el bienestar de la vida en nuestro planeta.
- Mejorar las relaciones con las comunidades locales. (p.7)

Para Sernatur- Chile (2011), entre los beneficios de la aplicación de las buenas prácticas tenemos:

- Disminuir costos variables.
- Fomentar mayor competitividad en las empresas, debido al mejoramiento en la calidad de su servicio y responsabilidad con el medio ambiente y comunidades locales.
- Concientizar a clientes, personal y proveedores acerca de tener una visión de sustentabilidad.
- Desarrollar y fomentar buenas relaciones dentro de la comunidad local y con comunidades aledañas.
- Proteger y conservar el medio ambiente y sus recursos naturales.

Los turistas son cada vez más exigentes y están en la búsqueda de nuevos productos, por ello es importante que las empresas mejoren continuamente sus servicios. En tanto el uso de las buenas prácticas es muy importante ya que genera beneficios para la empresa, brindándole una mejor imagen, mejorando la competitividad por la diferenciación entre las demás.

2.3.2. Características de las buenas prácticas

Mincetur (2012), señala:

Para que las Buenas Prácticas puedan influir y servir de modelo para las empresas, es necesario que tengan las siguientes características:

- **Innovación o creatividad:** Toda Buena Práctica propone operaciones, estilos de trabajo, métodos, procedimientos y técnicas nuevas o de aplicación novedosa, ejecutadas exitosamente.
- **Eficacia/impacto:** Toda Buena Práctica tiene éxito en el alcance de los objetivos propuestos y logro de los resultados esperados.
- **Replicabilidad:** está compuesta por procesos y recursos que se pueden movilizar para repetir la experiencia, con especial consideración de aquellos que lo llevaron a su éxito. Sus elementos constitutivos pueden adecuarse a nuevas circunstancias y actores diferentes.
- **Sostenibilidad:** es el grado de continuidad y permanencia de los procesos establecidos y logros alcanzados.
- **Pertinencia:** se refiere a que tan adecuada y oportuna es la experiencia realizada, como respuesta a las oportunidades de negocios, a las necesidades de los clientes, a la problemática del sector y al contexto donde se desarrolla la experiencia.
- **Eficiencia y ejecución:** expresa la capacidad de conseguir los resultados esperados con un consumo de tiempo mínimo, energía y recursos. (pp.14, 15).

2.3.3. Estándares en el servicio de restauración derivados de las Buenas Prácticas

2.3.3.1. Estándares de Buenas Prácticas en la gestión empresarial

Para Casanueva y otros (2000), “La administración consiste en el proceso de realizar actividades con personas y por medio de ellas de manera eficaz y eficiente.” (p.166)

Rainforest Alliance (s.f.), señala que:

La administración permite la organización de las empresas y gestiona los recursos, procesos y resultados de sus actividades. Es la base de todo el funcionamiento de una empresa; si las personas responsables de la empresa no saben administrarla, no se obtendrán los resultados deseados.

a) Planificación

Ramírez (1994), señala:

Podemos considerarla como la principal actividad que desarrolla el directivo, dado que el resto de las tareas están relacionadas con ésta. Planificar consiste en fijar el curso a seguir, así como la consecución de objetivos precisos establecidos en los programas a fin de alcanzar los objetivos en los plazos requeridos y fijando responsables. (p.83).

Rainforest Alliance (s.f.), menciona:

Se refiere al procedimiento de conocer por adelantado, qué se desea hacer, cómo puede alcanzarse el propósito establecido, cuándo van a ejecutarse cada una de las acciones previas, quién va a desempeñarlas, qué recursos se utilizarán para su logro y cómo van a evaluarse los resultados conseguidos. (p.5).

Hostitality & Service University (s.f.) indica:

Planear es decidir cómo conseguirá sus objetivos. Algunas de las cosas que usted hará al planear son: asistir en el desarrollo de los objetivos, elegir maneras de alcanzar los objetivos y, decidir cómo usar los recursos disponibles, a partir de los trabajadores, equipamiento o tiempo. (p. 14)

Casanueva, y otros (2000) afirma:

La planificación consiste básicamente en el establecimiento de las metas de la empresa turística y en especificar las acciones que se deben desarrollar para conseguirlas. La planificación comienza en la empresa turística estableciendo su misión, es decir, definiendo qué hace la empresa, en qué negocios quiere estar y está presente. Incluye también el establecimiento de objetivos...Los objetivos deben ser concretos, claros y, en la medida de lo posible, cuantificables, ya que esto permitirá compararlos después con los resultados. La planificación incluye también el conjunto de acciones y actividades necesarias para alcanzar los objetivos y previsiones sobre los medios necesarios para llevarlos a cabo. Todas estas acciones se van a concretar en planes, en programas y presupuestos. (p. 169).

Montaner (1996), quien considera que “La planificación es aquella parte de la gestión administrativa que tiene como finalidad prever el futuro seleccionando entre una serie de alternativas los objetivos, programas, presupuestos, financiamiento, directrices técnicas, comerciales y contables.” (pp. 128,129)

Además, Casanueva, y otros (2000), manifiestan:

Podemos distinguir entre diferentes tipos de planes atendiendo a diferentes categorías... Según el alcance podemos hablar de planes estratégicos y operativos. Los planes estratégicos afectan a toda la organización, establecen la misión y los objetivos globales situando a la empresa en función del entorno en que se desenvuelve. Los planes operativos suelen formularse para períodos de tiempo más cortos que los estratégicos. (p.190)

b) Organización

Casanueva, y otros (2000), señalan:

La organización consiste en determinar funciones y tareas, establecer unidades y departamentos y la forma en que se van a comunicar. Comienza con la necesidad que tiene una empresa u organización de dividir el trabajo entre todos sus miembros de tal manera que a cada uno le corresponda una parte de la actividad global. Este trabajo dividido en funciones (incluyendo la diferenciación entre funciones directivas y operativas) y puestos debe ser coordinado de alguna manera. Esa coordinación se hace mediante el establecimiento de una serie de relaciones permanentes entre los miembros de la empresa, conformándose el armazón o la estructura de la organización. (p.170).

Casanueva, y otros (2000), agregan que “La estructura organizativa de una empresa turística se refiere fundamentalmente al modo en que las personas se conectan y se coordinan y la posición que cada una ocupa o puede ocupar en la empresa.” (p. 251). Por otro lado, para Ramírez (1994) “Organizar supone definir las tareas precisas para alcanzar los objetivos, agrupar y definir actividades, asignar responsables, delegar la autoridad y coordinar las relaciones en la estructura de la empresa”. (p. 83)

Para Montaner (1996):

La organización, es el proceso de descripción y agrupación del trabajo a efectuar, definición y delegación de autoridad, mando y responsabilidad, y establecer las relaciones y funciones con el fin de conseguir la mayor eficacia del factor humano-trabajadores-para conseguir los objetivos. La organización de la empresa suele plasmarse en los organigramas donde, de forma gráfica, se establecen los niveles de mando y funciones de la empresa. (p. 129)

Lefcovich (2009), señala que:

Consiste en establecer una estructura intencional de roles para que sean ocupados por miembros de la organización. Así toda organización crea una estructura para facilitar la coordinación de actividades y para controlar los actos de sus miembros. (p. 11)

Casanueva, y otros (2000), indican:

La empresa turística como organización está compuesta por un conjunto de personas, tanto operarios como directivos. En la base de cualquier empresa turística se encuentran una serie de operarios (cocineros, conserjes, recepcionistas, guías, etc.) que son los encargados de ejecutar el trabajo básico para ofrecer los distintos servicios turísticos..., cuando la empresa turística tiene cierta dimensión, surge la división del trabajo que hace necesaria la supervisión de las tareas y que da lugar a la aparición de los directivos, que planifican, dirigen y controlan el trabajo de los operarios. Los directivos de mayor nivel conforman la cumbre estratégica, que no es otra cosa que la alta dirección. (p. 259).

c) Gestión de calidad

Marketing Publishing (2007), manifiesta:

La calidad no es una meta que se alcanza y basta. Es un «viaje» que no tiene fin, ya que todo producto puede seguir siendo mejorado y, además, porque los mercados, los consumidores y los competidores cambian y, en consecuencia, se modifican sus expectativas y acciones, lo que implica que también deban ser modificadas las características que definen lo que es o no es un producto de calidad. (p.165)

Para la Dircetur Cusco (2009):

La gestión de la calidad es la función que realiza la gerencia o dirección de una empresa para definir y aplicar la política de calidad. Para ello se requiere del compromiso y participación de todos los miembros de la empresa, pero la responsabilidad por la gestión de calidad pertenece a la dirección superior (gerencia). (p.22)

García, F. y otros (2011), indican:

Los sistemas de calidad son definidos por la ISO (Organización Internacional de Normalización) en los siguientes términos: la estructura de la organización, las responsabilidades, los procedimientos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de calidad. Es decir, un sistema de calidad es la garantía de que el servicio se va a prestar correctamente por medio de un plan previamente establecido, entendido y asumido por todos y centrado más en la prevención de los desfases y problemas que en su detección después de haberse producido teniendo siempre presente que recoja en sus métodos y procesos de trabajo la satisfacción íntegra de las necesidades de la clientela. (p. 154)

d) Gestión de personal

Casanueva, y otros (2000), señalan:

Dentro del conjunto de recursos presentes en la empresa turística y necesaria para que ésta desarrolle su actividad, cada vez destaca más poderosamente la importancia de los recursos humanos, por sí mismos y como depositarios de otros importantes recursos (tecnológicos y ligados a la reputación, como la calidad o la atención al cliente). De hecho, el personal de las empresas, y en particular de las empresas turísticas, en los últimos años ha pasado de ser considerado sólo como un elemento de coste (para algunos el más importante), a verse como uno de los activos más importantes de la empresa y el que permite obtener mejoras en la rentabilidad y ventajas competitivas sostenibles. Esta tendencia ha llevado a la consideración de los recursos humanos como un elemento estratégico para la empresa turística. (p. 315).

Para Martín (2004):

El factor humano es el recurso más importante de las empresas de servicio, en constante contacto con el cliente, siendo fundamental que el trabajador presente una actitud positiva frente al trabajo a realizar, para lo cual es necesario que:

- Cada empleado conozca el producto, el negocio y los objetivos de la empresa.
- La organización aproveche los conocimientos, habilidades y experiencia de cada individuo.
- El trabajador esté motivado.
- Se promueva la participación del personal.
- Exista una buena comunicación en la empresa.
- Se eviten conflictos disfuncionales en la organización.
- Se invierta en formación en la empresa. (p.394)

Así mismo, Rainforest Alliance (s.f.), indica que:

Los recursos humanos son el recurso más importante de cualquier empresa, especialmente las de servicio (como las turísticas). Los recursos humanos son todos los trabajadores de la empresa, que se destacan por sus capacidades, conocimientos, experiencias, intereses, potencial, energía, valores y sentimientos. (p.15)

Para Marketing Publishing (2007),

Todo cuanto se hace en una empresa lo hace su personal: la calidad también. Si el personal de la empresa no está organizado, estructurado, formado, gestionado y estimulado en función de la calidad, muy difícilmente se lograrán los niveles de calidad requeridos en sus productos. (p. 140).

Mincetur (2010), señala que “El recurso humano es sumamente importante en la consecución de la calidad. El recurso humano es prácticamente lo único que la competencia no puede copiar, por lo que es un bien invaluable.” (p. 27)

Casanueva, y otros (2000) mencionan:

La esencia del servicio turístico reside en su personal. Los hombres y mujeres de la empresa turística son los que van a lograr la satisfacción de las necesidades del cliente. ..La satisfacción del cliente se consigue con la contribución de todos y cada uno de los miembros de la empresa, que deben ser conscientes de su papel en la prestación del servicio. (p. 214)

Martín (2004), señala:

La mejora de la calidad debe empezar por una gestión de los recursos humanos que invierta en formación, para ofrecer un servicio técnicamente perfecto, y que se preocupe de motivar e incentivar al personal, para que éste incorpore en este servicio “técnicamente perfecto” ese “intangible” que nos lleva a la excelencia. (p.394).

Casanueva, y otros (2000):

La capacitación es el proceso de enseñanza y de aprendizaje de los conocimientos, habilidades y destrezas relacionados con un puesto en la empresa turística. La empresa puede especificar los conocimientos y capacidades que debe tener quien ocupe un cargo o un puesto en la misma. (p. 267).

Casanueva, y otros (2000) señalan:

La gestión de los recursos humanos en la empresa turística podemos entenderla como un proceso que se desarrolla a lo largo de las siguientes fases o etapas:

- **Planificación de los recursos humanos.** La planificación intenta asegurar que la organización va a contar con los recursos humanos necesarios tanto en cantidad como en habilidades, comportamientos y valores requeridos, en los puestos adecuados y en el momento preciso, de forma que se puedan cumplir los objetivos de la misma.
- **Reclutamiento.** Mediante este proceso la empresa intenta localizar, identificar y atraer suficientes solicitantes de empleo capacitados para ser seleccionados.
- **Selección.** Consiste en el examen de los solicitantes de empleo para contratar a los candidatos más apropiados.

- **Orientación e integración del personal.** Es el proceso de introducción de un nuevo empleado en supuesto y en la organización.
- **Formación y capacitación.** Es el proceso de transmisión y de transformación de las capacidades, comportamientos y valores de los empleados de la empresa turística.
- **Evaluación del rendimiento.** Es la medida de los resultados y del desempeño de los empleados en sus puestos de trabajo.
- **Desarrollo de carreras.** Es la gestión de la secuencia de puestos y cargos ocupados por una persona a lo largo de su vida profesional.
- **Salarios y recompensas.** Recoge el conjunto de compensaciones y beneficios que obtienen los empleados a cambio de su trabajo y de su desempeño. (p.317)

e) **Gestión de suministros y proveedores**

Casanueva, y otros (2000) manifiestan:

Este elemento incluye todas las empresas de cuyos bienes las empresas turísticas se abastecen o cuyos servicios contratan para desarrollar su actividad. Es muy importante la calidad de los productos y servicios adquiridos a los proveedores porque de ellos depende la calidad del servicio final ofrecido al turista. (p.83).

Ramírez (2002) indica que “Éstos deben ser responsables asimismo de la calidad en los insumos que ofrecen, extendiéndose este concepto a los subcontratistas y fabricantes que se relacionen con las entidades y empresas turísticas.” (p.12).

Para Rainforest Alliance (s.f.), la gestión de proveedores “es hacer coincidir los intereses de nuestros proveedores con los de nuestra empresa y finalmente, con los de nuestros clientes. Es establecer canales de comunicación, de intercambio y de colaboración entre los proveedores, nuestra empresa y los clientes finales.” (p.15). Por otro lado, para Hospitality & Service University (s.f.) afirma que “Corresponde a todas las acciones que se debe ejecutar para obtener los insumos necesarios para preparar y servir los alimentos y bebidas. Incluye Compra, Negociación, Transporte y Manipulación de Insumos.” (p. 10)

f) Gestión de seguridad

Según Rainforest Alliance (s.f.):

La seguridad empresarial debe tratarse como un todo. La perspectiva de seguridad empresarial contempla: los elementos laborales, de higiene y salubridad, la prevención de actos delictivos y los accidentes en las operaciones turísticas. Esto debido a que la seguridad es uno de los aspectos que más influyen en la decisión de compra de servicios turísticos.

La gestión de la seguridad promueve la protección de la vida y salud de los colaboradores y de los clientes-visitantes. También impulsa la conservación de los equipos, herramientas e información de la empresa, permitiendo determinar las causas de las condiciones inseguras y tomar acciones correctivas para evitarlas o por lo menos disminuirlas. (p.24)

Van Duynen, y Carré (2011) señalan que “La empresa debe preocuparse por ofrecer un ambiente accesible, seguro e higiénico, no solamente para sus clientes sino para sus empleados y colaboradores.” (p. 55)

g) Gestión financiera y contable

Rainforest Alliance (s.f.), indica:

Un sistema financiero permite analizar cómo es el flujo del dinero en la empresa, en qué condiciones se consiguen fondos y cómo se administran, lo que aunado al establecimiento conjunto de un buen sistema contable, se contará con información real y útil para tomar decisiones económicas. (p.21)

Con lo que respecta al financiamiento, para Casanueva, y otros (2000):

Intenta decidir sobre la mejor forma que tiene para obtener los recursos financieros necesarios para emprender sus operaciones (decisiones de financiación) y también sobre la forma en que se materializa ese dinero en instalaciones, equipos y materiales necesarios para dichas operaciones. (p. 137).

Para Montaner (1996):

La financiación es el conjunto de fuentes y medios con los que una empresa turística obtiene los recursos necesarios para la realización de sus fines. Las fuentes de financiación que tiene la empresa son de dos tipos:

- **Fuentes internas o propias:** Las fuentes internas o propias son aquellas que tienen su origen en el interior de la empresa, como consecuencia del ahorro efectuado por la misma.
- **Fuentes externas o ajenas:** Las fuentes de financiación externas o ajenas son aquellas que proceden del exterior de la empresa, a través de diferentes instituciones financieras, nacionales o extranjeras, como bancos, cajas de ahorro, particulares, etc. (p. 130)

h) Gestión de comunicación y marketing

Rainforest Alliance (s.f.), indica:

La comunicación es la herramienta para dar a conocer los productos y servicios de una empresa, al grupo objetivo de clientes. Requiere de una planificación y de un enfoque estratégico para que los potenciales clientes comprendan de manera integral los productos y servicios que se ofrecen. El mercadeo o marketing se ocupa de estudiar y dar soluciones referentes a los mercados, los clientes o consumidores (sus necesidades, deseos y comportamiento) y sobre la gestión del mercadeo (o gestión comercial) de las empresas. (p.27)

Nanclares (2001), nos comenta:

Los modos más efectivos de publicidad es dar a conocer al público en general el producto/servicios que se elabora. La publicidad más efectiva y económica en hostelería-alimentación la hacen los mismos consumidores, la transmisión boca a boca. Para que se origine esta reacción es necesario que el producto/servicio ofrecido sea: aceptado, recordado y recomendado.

Marketing Publishing (2007), indica que “Usualmente, las pequeñas empresas dependen, para establecer el contacto inicial con sus consumidores o clientes, de las actividades de

venta y de la comunicación informal o boca a boca.” (p. 114).

Nanclares (2001) afirma:

El objetivo de la publicidad es ampliar el número de consumidores y, como consecuencia, las ventas. Los resultados que se esperan son:

- a) Conseguir mantener a los consumidores habituales.
- b) Evitar pérdidas de consumidores.
- c) Aumentar el número de consumidores.

No es suficiente poseer buenas instalaciones, buen servicio y buena calidad en el producto (elementos endógenos). Una inteligente campaña publicitaria, utilizando procedimientos convencionales (elemento exógeno), fortalecerá el número de consumidores. (p. 60).

Rubio (2006) nos indica que “Toda empresa que mira al futuro debe disponer de información sobre sus clientes y sus necesidades. La investigación del mercado es uno de los instrumentos principales para obtener dicha información.” (p. 9)

Para Montaner (1996), “El marketing es el conjunto de actividades encaminadas al estudio de las necesidades del consumidor, de los productos o servicios adecuados a cubrir estas necesidades y de los canales y precios idóneos para llegar al mercado.” (p.133)

2.3.3.2 Buenas Prácticas en equipamiento e infraestructura

Para Martín (2004),

Si bien en el logro de la calidad el factor humano es determinante, también hay que considerar los aspectos tangibles de la calidad; por lo que también habrá que prestar atención a las instalaciones, equipos y materiales (mobiliario, uniformes, cristalería, vajilla, decoración, etc.) de la empresa y, relacionado con éstos, a la higiene y la seguridad. (p.395)

Hospitality & Service University (s.f.), refiriéndose a la infraestructura, señala:

El Soporte Físico es el escenario en el que serán puestos los actores (el personal de

la tienda, banco, hotel, restaurante, etc.), y su objetivo es facilitar la interacción entre el Personal en Contacto y el cliente, y favorecer y motivar las actitudes y comportamientos que condicionan un buen servicio. (p. 3).

Para Mincetur (2008):

La infraestructura destinada a prestar servicios de alimentos y bebidas, debe ser sólida, los materiales que se empleen deben ser resistentes a la corrosión, deben ser lisos de tal forma que se facilite la limpieza y la desinfección de los ambientes.

Anker Vinay (1992), señalan:

La decoración es también de lo más importante para proyectar la imagen que se desea, al igual que las buenas condiciones de clima para las comidas, ni demasiado caliente, ni demasiado fresco, sin corrientes de aire ni olores de la cocina que pasen por el comedor, con ventilación suficiente...cualquiera que sea el tipo del restaurante debe ser atractivo para el tipo de clientes para el cual se ha planeado y debe dar la necesaria atmósfera de confort. (p.21)

Según Foster (1995):

El ambiente es el conjunto de los muebles, decorado y vistas de un restaurante. De acuerdo con la National Restaurant Association (NRA) de Estados Unidos el ambiente se mantiene en forma consistente como el primero o el segundo de los factores más importantes en la selección de un restaurante (el servicio ocupaba el primer lugar cuando el ambiente estaba en segundo). Muchas personas califican los restaurantes exclusivamente por su ambiente. El interior de un restaurante refleja su personalidad y estilo. Por ejemplo, el comedor de un resort puede diseñarse en forma lujosa, pero una cafetería se arregla para un servicio eficiente. La gente debe estar cómoda en cualquier restaurante, por lo que éste debe decorarse con gusto, sin exageraciones, y, lo más importante, en forma saludable. La decoración exclusiva, los interiores lujosos y las vistas espectaculares son característicos de los restaurantes famosos por su ambiente agradable. (p. 43)

Rainforest Alliance (2006), señala que “Una infraestructura efectiva aprovecha los recursos naturales y culturales de la zona, ayuda a ahorrar y a no hacer daño al ambiente.” (p. 17)

a) Exterior

El exterior del establecimiento forma parte de su imagen y la primera impresión que tiene el comensal, por lo cual la empresa debe darle la debida importancia a su diseño y mantenimiento. Para Océano Centrum (s.f.), “La ubicación y la decoración de un restaurante dice mucho del mismo.” (p. 531).

g) Cocina

Para Mincetur (2008):

Las cocinas bien diseñadas hacen más fácil el trabajo de mantener alimentos sanos ya que facilitan la limpieza y desinfección reduciendo los peligros de contaminación cruzada y al contar con la fluidez necesaria para el proceso de elaboración, desde la preparación previa hasta el servido, disminuyendo el tiempo que los alimentos pasan en la zona de temperatura de peligro (5o C a 60o C). En tal sentido, se recomienda que la cocina cuente con un área suficiente para abastecer el número de raciones según el movimiento del establecimiento, que esté ubicada próxima al comedor y además cuente con fácil acceso al de almacenamiento de las materias primas. (p. 54)

Al respecto Feijoo (2010) indica:

Las instalaciones, cuando poseen las dimensiones adecuadas y están bien diseñadas, además de ser mantenidas en condiciones correctas, resultan ser una barrera fundamental para la contaminación y la multiplicación de gérmenes: limitan el ingreso de plagas, previenen problemas de contaminación cruzada a través de la separación de áreas de trabajo, permiten disponer del equipamiento necesario, especialmente en lo que se refiere a capacidad de frío (cámaras y freezers), facilitan la limpieza, por sólo señalar algunos beneficios. (p. 250)

d) Almacén

Mincetur (2008), indica:

Los almacenes o áreas de almacenamiento deben ser de material resistente que permita una fácil limpieza, deben mantenerse limpios, secos, ventilados, protegidos

contra el ingreso de animales como roedores y personas ajenas al servicio, asimismo se debe limpiar con frecuencia las bandejas o anaqueles.

Se debe revisar regularmente la temperatura de las unidades y de los alimentos almacenados, por lo menos una vez por turno, utilizando termómetros calibrados.

No es recomendable almacenar productos de limpieza ni sustancias químicas o tóxicas en áreas de almacenamiento de alimentos, utensilios y equipos de cocina, ya que podrían originar contaminación química. Asimismo, no se debe guardar en las instalaciones del establecimiento materiales y equipos en desuso o inservibles, ya que podrían contaminar los alimentos y propiciar la proliferación de insectos y roedores. (p. 49).

Para Foster (1995):

El almacén puede estar dentro de la cocina o adyacente a ésta, de manera que los comestibles y los suministros estén fácilmente disponibles para el personal de preparación de alimentos.

El almacén se divide en seis áreas principales: área de recepción o descarga, almacenamiento de licores, almacenamiento de alimentos secos, refrigerador de lácteos y vegetales, refrigerador de carnes y congelador. El área de recepción es el primer lugar donde se almacenan los comestibles y suministros. Al descargar los artículos del camión se inspeccionan para asegurar que el pedido esté completo y correcto. Se coteja cada uno de los artículos contra la hoja de pedido para verificar el peso, tamaño y cantidad. También se revisa el precio de los artículos. Todo artículo dañado o descompuesto se devuelve al camión. Una vez que se han recibido e inspeccionado los comestibles, se colocan de inmediato en las áreas de almacenamiento apropiadas. Los artículos nuevos se colocan en la parte posterior del almacén y en la parte baja de las pilas, mientras que los artículos viejos pasan al frente y a la izquierda. Este proceso se conoce como rotación del inventario y sirve para asegurar que se usen primero los artículos con más tiempo de almacenamiento. Los suministros de licores, vinos y mezclas se conservan en el área de almacenamiento de licores, usualmente aparte de las otras áreas del almacén. Las existencias de estos artículos se transfieren a un almacén más pequeño en el bar, conforme se requieran. El área de almacenamiento de alimentos secos sirve para almacenar artículos que no necesitan refrigeración, como granos, especias, latas y

alimentos secos empaquetados, como pastas. (p. 60).

e) Comedor

Sánchez Feito (2000) afirma:

El comedor es el espacio físico destinado a la prestación del servicio de comidas y bebidas. No hay que olvidar que este espacio lo utiliza tanto el cliente como el propio personal. El objetivo básico que debe plantearse en el diseño del comedor es la consecución de un ambiente adecuado en función de una serie de factores que influyen en este ambiente, como son:

- El local, sus dimensiones y su ubicación. El espacio destinado al servicio de comidas debe cumplir una serie de requisitos mínimos:
- Ser lo suficientemente amplio para atender a un determinado número de clientes, que permita al establecimiento obtener una rentabilidad adecuada.
- Facilitar la circulación del personal de servicio y de los clientes.
- Permitir la localización y el acceso de forma sencilla por parte de los clientes.

Mincetur (2008), señala:

Es recomendable que el comedor este ubicado próximo a la cocina, con una distribución de mesas y mobiliario funcional que permita la adecuada circulación de las personas, asimismo el acceso deberá ser amplio a fin que garantice el libre tránsito de los comensales; las puertas deben abrir hacia afuera. (p. 54)

f) Servicios higiénicos

Mincetur (2008) afirma:

El establecimiento deberá contar con servicios higiénicos diferenciados, para hombres y mujeres, en cantidad y tamaño adecuado al volumen de trabajadores y clientes, debidamente señalizados, los cuales deberán mantenerse operativos, en buen estado de conservación e higiene, equipados con un material fácil de limpiar y desinfectar.

Asimismo deberán contar con buena iluminación y ventilación, natural o artificial que permita la eliminación de los olores hacia el exterior del establecimiento.

Los servicios higiénicos para comensales no deben tener acceso directo al comedor; asimismo las puertas deben tener ajuste automático y permanecer cerradas, excepto durante las operaciones de limpieza. Es recomendable que los servicios higiénicos cuenten con el equipamiento adecuado para clientes con discapacidad. (pp. 28, 29).

g) Área de personal

Mincetur (2008), considera:

El establecimiento debe facilitar al personal espacios adecuados para el cambio de vestimenta, en los cuales la ropa de trabajo no debe entrar en contacto con la ropa de uso personal. Dichos ambientes o vestuarios deben estar separados de los servicios higiénicos, contar con apropiada iluminación, ventilación y mantenerse en buen estado de conservación e higiene, asimismo contar con materiales de apoyo, tales como bancas, sillas y sistemas de seguridad. (p. 29)

h) Oficinas

Rubio (2006) define a la oficina como “El espacio empresarial que se encarga de albergar los servicios de información, administración, planificación y comunicación en los cuales la Dirección de una empresa controla su patrimonio, promueve sus negocios y logra sus objetivos.” (p. 249).

2.3.3.3. Buenas prácticas en la gestión del servicio

a) Recepción de insumos

Feijoó (2010), señala:

Si bien es cierto que durante la recepción no podemos “ver” ni “oler” muchos peligros potenciales de los alimentos, un cuidadoso control de las mercaderías y del transporte permitirá detectar la presencia de envases dañados, de rótulos inadecuados, temperaturas incorrectas, o la alteración incipiente de algún producto, todas señales de alerta de una posible contaminación. Es entonces una etapa esencial, en especial, para aquellas preparaciones que no reciben cocción dentro del establecimiento. La recepción debe realizarse en un sector limpio e iluminado, con

el tiempo suficiente para revisar tanto el vehículo (que debe estar habilitado y en condiciones de higiene) como todas las materias primas, según el pedido correspondiente. Las puertas del establecimiento deben cerrarse una vez completada la descarga de las mercaderías. Deben rechazarse los alimentos:: vencidos; con signos de alteración; que presenten daños en el envase, especialmente, las latas hinchadas, abolladas u oxidadas; sin identificación o si el rótulo no cumple con las exigencias legales; cuyas características no coincidan con las del pedido realizado por la empresa; que no presenten la documentación requerida por la autoridad sanitaria, como por ejemplo en el caso de las carnes no envasadas Para productos refrigerados y congelados, además, deberá controlarse la temperatura utilizando para ello un termómetro limpio y desinfectado, tomando como referencia las temperaturas que establezca la legislación en cada país o región. (p. 271).

b) Almacenamiento de insumos

Para Hospitality & Service University (s.f.):

Incluye todas las acciones que se debe ejecutar para mantener en perfecto estado de conservación los insumos necesarios para preparar los alimentos y bebidas, utilizándose las técnicas de manipulación, congelación, refrigeración y otras necesarias para este objetivo, y de acuerdo a las normas y reglamentos sanitarios sobre esta materia. (p. 10).

Feijó (2010), indica:

Dentro del almacenamiento de materias primas, tenemos que considerar el tipo de producto que vamos a almacenar, dado que no es lo mismo un producto perecedero que uno no perecedero.

También son muy importantes los espacios de almacenamiento que disponemos y por último la rotación que deben tener los productos para obtener un buen grado de frescura. Productos no perecederos: Son aquellos productos cuya fecha de vencimiento es prolongada, es decir, de largo plazo. Se deben conservar en lugares frescos y secos, en estanterías con rejillas aireadas y acceso por ambos lados, de ser posible. Productos perecederos: Son todos aquellos cuya fecha de vencimiento es de un espacio de tiempo muy corto. Se deben conservar en cámaras frigoríficas a

distintas temperaturas, según el tipo de producto. (p. 90)

c) Prealistamiento de insumos

Hospitality & Service University (s.f.) señala:

Corresponde a todas las acciones que se debe ejecutar eliminando suciedad, desperdicios y partes no comestibles que acompañen al alimento, para dejar los insumos listos para pasar a su elaboración. Todo de acuerdo a las normas y reglamentos sanitarios sobre esta materia. (p.10).

d) Producción de platos

Hospitality & Service University (s.f.), manifiesta que “Corresponde a las acciones que debe ejecutar el personal del área para preparar los alimentos y bebidas, y de acuerdo a las normas y reglamentos sanitarios sobre esta materia.” (p.10).

Para Foster (1995):

Las buenas comidas son preparadas por cocineros hábiles. No es necesario que un restaurante tenga un chef de fama mundial para servir buenos alimentos, pero la planificación del menú y la preparación de los alimentos deben manejarse con sabiduría y habilidad. No es necesario que la calidad siempre sea superior, aunque sí debe cumplir con las expectativas mínimas de los clientes y mantenerse constante de un día al otro. Los restaurantes de éxito usan recetas estandarizadas, preparadas por chefs conocedores, para asegurar la uniformidad de la calidad y el apego al control de costos. (p. 42).

E) Montaje del comedor

Para Sanchez Feito (2000):

La expresión francesa *mise en place* (puesta a punto) se emplea para designar todas aquellas operaciones previas al servicio que permiten, como su nombre indica, poner a punto toda la maquinaria, mobiliario y útiles necesarios para la correcta prestación del servicio. Este proceso, aunque sencillo, es de vital importancia en las empresas de restauración, ya que permite estar preparados para atender las posibles variaciones de los flujos de la demanda, evita la improvisación y, lo que es más importante,

facilita el posterior desarrollo del servicio. (p.88).

Dahmer y Kahl (2002), indica:

La primera tarea al iniciar el trabajo consiste en comprobar la zona propia y ver que resulta presentable el área general y lista para iniciar el servicio. Disponer de mesas suficientes para acomodar las reservas y el número medio de personas sin reserva que se espera recibir. (p. 32).

f) Reservas

Para la Dircetur Cusco (2009), “La reserva, es una solicitud anticipada de los clientes para separar un espacio y/o servicio en una fecha y hora específica.” (p. 30).

g) Atención del comedor

La Dircetur Cusco (2009), señala:

Es importante brindar una buena impresión al cliente desde el primer momento. Un saludo cordial y acogida amable es la forma correcta de recibirlo...Luego de la bienvenida se desarrollan una serie de procesos desde la atención en la zona de seguridad, hall, pasando por entregar la carta o dar información del servicio, para luego recepcionar los pedidos y atender los mismos.

Según Foster (1995):

El servicio eficiente de los meseros tiene un efecto positivo en la satisfacción de los clientes. El servicio eficiente y oportuno es necesario para preservar la temperatura y el sabor de muchos elementos del menú. Asimismo, el desempeño del anfitrión (host o hostess), los meseros y los ayudantes de meseros influye en la satisfacción de los clientes. Una bienvenida amistosa y la atención a la más mínima de las necesidades del cliente son acciones que mejoran la experiencia del buen comer y la imagen del hotel. Es tan importante el personal de servicio calificado como la calidad y la preparación de los alimentos. El nivel del servicio debe corresponder al tipo y la imagen de la operación de alimentos y bebidas. En todos los tipos de restaurantes hay que servir a los clientes con toda la rapidez y cortesía posibles. (p. 42).

Para Dahmer y Kahl (2002):

La iniciación del servicio supone comenzar el servicio. Incluye saludar y sentar a los clientes, tomar sus pedidos, cronometrar el tiempo para poder servir la comida, recoger los pedidos y llevarlos a la cocina. También son partes importantes del servicio inicial una conversación apropiada, responder a las preguntas y realizar sugerencias. (p. 57).

h) Servicio de bar

El bar es el área de restaurante destinada a la venta y preparación de bebidas; Dahmer y Kahl (2002), consideran:

El servicio correcto de bebidas alcohólicas es muy importante porque muchos restaurantes comercializan bebidas para satisfacer a los clientes y aumentar sus beneficios. El servicio correcto por parte de los camareros de bebidas alcohólicas, depende no solamente de conocer el procedimiento para servir las sino también de conocer los tipos de bebidas, vasos, temperatura de las bebidas y adornos. Un camarero deberá saber qué bebidas complementan unos determinados componentes del menú para ofrecer sugerencias. (p. 125).

i) Cierre del comedor

Dahmer y Kahl (2002), indican:

Los camareros deben realizar algunas tareas al cerrar entre los almuerzos y las cenas y al final del día. Cuando se cierra tras el almuerzo, deben volver a preparar mesas suficientes para los comensales previstos para la cena....Al final del día, deben dedicar tiempo para cerrar el comedor de forma adecuada. Dejar la zona de las mesas propias, la estantería y el área de la cocina con total limpieza y orden, listos para la actividad del día siguiente. (p. 52).

j) Cierre del centro de producción

Luego de terminada la atención en el restaurante, es necesario que el personal de cocina se encargue de ordenar y limpiar el ambiente, mobiliario, equipos y menaje de la

cocina, así como guardar los remanentes de ingredientes o preparaciones.

k) Mantenimiento

Mendiburu (s.f) señala:

Cuando se pone en práctica una política de mantenimiento, esta requiere de la existencia de un Plan de Operaciones, el cual debe ser conocido por todos y debe haber sido aprobado previamente por las autoridades de la organización. Este Plan permite desarrollar paso a paso una actividad programa en forma metódica y sistemática, en un lugar, fecha, y hora conocido. A continuación se enumeran algunos puntos que el Plan de Operaciones no puede omitir:

- Determinación del personal que tendrá a su cargo el mantenimiento, esto incluye, el tipo, especialidad, y cantidad de personal.
- Determinación del tipo de mantenimiento que se va a llevar a cabo.
- Fijar fecha y el lugar donde se va a desarrollar el trabajo.
- Fijar el tiempo previsto en que los equipos van a dejar de producir, lo que incluye la hora en que comienzan las acciones de mantenimiento, y la hora en que deben de finalizar.
- Determinación de los equipos que van a ser sometidos a mantenimiento, para lo cual debe haber un sustento previo que implique la importancia y las consideraciones tomadas en cuenta para escoger dichos equipos.
- Señalización de áreas de trabajo y áreas de almacenamiento de partes y equipos.
- Stock de equipos y repuestos con que cuenta el almacén, en caso sea necesario reemplazar piezas viejas por nuevas.
- Inventario de herramientas y equipos necesarios para cumplir con el trabajo.
- Planos, diagramas, información técnica de equipos.
- Plan de seguridad frente a imprevistos.

l) Limpieza y desinfección

Mincetur (2008), establece que “Los restaurantes deben contar con un Programa de Higiene y Saneamiento, el cual incluya procedimientos de limpieza y desinfección, para lo cual utilizarán productos autorizados para tal fin.” (p. 32).

Desde el momento en que el cliente llega a un establecimiento de restauración comienza a observar las instalaciones generando una opinión propia sobre calidad tanto positiva como negativa. Estas percepciones están referidas por los aspectos que componen la estructura, la gestión del servicio que van a satisfacer su necesidad de alimentación y que no solo tienen relación con los recursos internos como el mobiliario, la oferta, presencia y profesionalidad del personal y la rapidez del servicio, sino también, por el estado de conservación del inmueble, la climatización y la iluminación, limpieza, mantenimiento, entre otros.

2.3.3.4. Buenas Prácticas en gestión medioambiental

Para Casanueva, y otros (2000):

El entorno natural es uno de los condicionantes fundamentales de la empresa turística. Muchas de ellas dependen en gran medida de él, y por tanto, de su conservación. Pero muchas veces el turismo ha sido considerado como un problema ambiental, sin embargo, también puede convertirse en un agente de mejora medioambiental. Sobre todo, por dos factores que se están mostrando en los últimos tiempos y que deben ser la tendencia más recomendable, el turismo ecológico y medioambiental y la gestión medioambiental de las empresas turísticas. (p.91).

El Mincetur (2012), manifiesta:

Las buenas prácticas ambientales se definen como un conjunto de pautas y recomendaciones que contribuyen a una mejor calidad de vida en el entorno; aplicadas, principalmente, a través de medidas preventivas que eviten riesgos ambientales asociados a cualquier acción realizada, así como por la ejecución repetida de experiencias positivas que reducen el impacto ambiental de las actividades cotidianas.

Casanueva, y otros (2000) indican las razones para la gestión medioambiental de la empresa turística:

- El aumento de la conciencia ecológica de los turistas hace que éstos prefieran organizaciones que demuestren un comportamiento medioambiental respetuoso.
- El ecologismo brinda la oportunidad de crear una imagen comercial positiva “lo verde vende”.

- El fomento de actividades sostenibles por parte de las instituciones públicas puede suponer una fuente de ingresos en forma de ayudas y subvenciones.
- En este mismo sentido las instituciones públicas tendrán a contratar a aquellas empresas que tengan un comportamiento respetuoso con el entorno.
- Conseguir unas mejores relaciones con nuestro entorno inmediato, con la población y las autoridades, labrando una buena imagen y un espíritu de colaboración.
- Incrementar la motivación en los empleados conscientes de la importancia de una actitud ecológica positiva.
- Una gestión ambiental adecuada permite reducir el consumo de energía y agua y, por consiguiente, los costes de la empresa. (p. 380).

Casanueva, y otros (2000), manifiestan:

La gerencia de la empresa debe marcar las líneas generales de actuación respecto a la protección medioambiental. En la declaración de la política medioambiental la dirección define las directrices del comportamiento medioambiental, que serán un magnífico instrumento para comunicar los valores e integrar a todo el personal en el proyecto de protección medioambiental. La política, que generalmente se plasma por escrito, recoge el compromiso de la dirección de la empresa y orienta a todos sus empleados. A partir de la política se definen los objetivos medioambientales de la empresa, que tratarán de recoger en términos absolutos o porcentuales los retos de ésta respecto al medio ambiente.

Para alcanzar esos objetivos y la política de la empresa, también deben diseñarse los planes de acción en los que se detallen las actividades concretas que se van a emprender, especificando plazos, presupuesto y responsables.

Una vez definidos los planes de acción, llevamos a cabo su ejecución. Esta ejecución puede darse en varios niveles: la tecnología, la organización, los recursos humanos y la comunicación de la empresa.

- **La tecnología.** La implantación de tecnologías más ecológicas puede favorecer en gran medida la consecución de los objetivos medioambientales de la empresa.

- **La estructura.** Para que un sistema de gestión medioambiental tenga éxito es preciso adaptar la estructura de la organización a estos nuevos parámetros. Es importante asignar un responsable de medio ambiente en la empresa. Aunque exista un departamento o persona responsable del medio ambiente en la empresa hay que ser conscientes de que es un problema que atañe a todas las unidades de la misma.
- **Los recursos humanos.** Para que un sistema de gestión medioambiental tenga éxito hay que involucrar a todos y cada uno de los miembros de la empresa turística. (p. 386).
- **Comunicación e influencia sobre el entorno.** El comportamiento medioambiental de una empresa turística no debe bastar a sus miembros. Las empresas deben comunicar a su entorno más inmediato sus acciones, publicando sus logros medioambientales, y deben contribuir a la propagación de una actitud medioambiental respetuosa.

Por otro lado, para Ramírez (1994):

La empresa turística, por su parte, ejerce cierta influencia en el sector turismo, en el ambiente social y en el ambiente ecológico. El alcance de esta influencia puede ser positivo o negativo según el tipo de gestión, el tamaño de la empresa y la concientización sobre el aspecto ecológico. El entorno ecológico es de suma importancia ya que el producto turístico responde básicamente a la oferta del ambiente natural, de salubridad y de naturaleza no contaminada. Por lo tanto, es un reto de la empresa transformarse, para dejar de ser depredadora de la ecología y convertirse en defensora y protectora de la misma. La empresa turística debe evitar ser un elemento perturbador del ecosistema natural, tratando de no deteriorarlo, ya que en su propio espacio la empresa encuentra la base de su existencia. Ello la lleva a un esfuerzo de capacitación, preparación, modificación, inversiones y gastos en función de la recuperación, mantenimiento y orden del ecosistema natural. (p. 88).

Mincetur (2010) en el Manual de Buenas Prácticas Ambientales indica:

La valoración de nuestro ambiente ha dado lugar a la necesidad de que los servicios turísticos consideren en su concepción y desarrollo un conjunto de componentes ambientales y se identifiquen con la calidad turística. Las buenas prácticas ambientales son en general, acciones sencillas cuyo costo de implementación es considerado como una inversión en el mediano plazo, y no, como se cree usualmente, un gasto adicional en que deben incurrir para ganar una “etiqueta” de responsabilidad socio-ambiental. (p. 15).

Además, Rainforest Alliance (2006), señala que “Proteger el ambiente reduce costos y hace más valiosos sus servicios turísticos. Cada vez más viajeros prefieren las empresas o destinos que son responsables con el ambiente y con las comunidades.” (p.26)

a) Uso del agua

Mincetur (2010), señala:

El consumo de agua en el sector turismo es una variable en función del tipo de servicio que se ofrece y el periodo estacional de afluencia turística.

Resulta imprescindible reducir el consumo de agua, conjugando una correcta calidad del servicio turístico, que permita mantener los consumos dentro de una lógica de sostenibilidad ambiental con un enfoque más barato, más ecológico, más rápido y sin enfrentamientos sociales: ahorrando agua, aumentando la eficiencia en su uso. (p. 32)

Las razones para cuidar el consumo del agua, son expresadas por Rainforest Alliance (2006), “El agua es uno de los principales elementos de nuestro planeta y cada vez está más escasa. Es responsabilidad de todos cuidarla.” (p.26). Lo que es muy cierto ya que el agua es un recurso importante e indispensable para la vida y es deber de todos cuidarla

b) Uso de la energía eléctrica

Mincetur (2010), en el Manual de Buenas Prácticas Ambientales, señala:

La energía es un elemento imprescindible para producir cualquier bien de consumo,

para calentarnos y para desplazarnos. Uno de los objetivos de las buenas prácticas ambientales es reducir el consumo de energía, lo cual repercute en reducir nuestros costos.

Las posibilidades de ahorro en los servicios turísticos son muchas, en lo especial en lo referente a la calefacción y aire acondicionado, el agua caliente sanitaria, la iluminación y la cocina y lavandería. Ante esta situación es necesario un cambio de nuestras actitudes que pasa por reducir el consumo energético, mejorar la eficiencia y sustituir fuentes de energía convencional por renovables. (p. 30).

c) Consumo de productos

Según Mincetur (2010):

Los servicios turísticos, tienen la opción de elegir entre las diversas opciones que les ofrece el mercado de bienes y servicios, teniendo en cuenta los productos que valoran la protección del ambiente.

En los servicios turísticos continuamente se están tomando decisiones que en ocasiones pueden tener repercusiones en el ambiente, por lo que se debe tratar de escoger, de entre varias alternativas, aquellos productos cuyo impacto ambiental a lo largo de todo el ciclo de vida sea el menor. (p. 23).

Rainforest Alliance (2006) indica:

Si los servicios son excelentes, pero se compran insumos de baja calidad, el turista no se irá satisfecho y se puede perder clientes; asimismo, aumentarán la basura y el gasto. La compra de productos y contratación de servicios complementarios tienen que ser controladas para asegurar la calidad de los servicios.

d) Gestión de residuos

Mincetur (2010), indica:

Nuestros hábitos de consumo son superiores a los de hace unas décadas, generando importantes cantidades de residuos, responsables de graves problemas de contaminación. La generación de residuos de los servicios turísticos, guardan una relación directa con las temporadas altas de visitantes. (p.26).

Para Rainforest Alliance (2006):

La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente. Es bueno limpiar pero mejor es no ensuciar. Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reúso. En la actividad turística se produce aproximadamente un 60% de basura orgánica (cáscaras de frutas y verduras, restos de comidas, etc.) y un 40% de basura inorgánica (empaques plásticos, vidrios, cartón, papelería, entre otros), que son los más dañinos porque contaminan por cientos de años el ambiente. (p. 30)

e) Adaptación al medio

Rainforest Alliance (2006), indica:

Una infraestructura efectiva aprovecha los recursos naturales y culturales de la zona, ayuda a ahorrar y a no hacer daño al ambiente.

La infraestructura del negocio es muy importante para ahorrar costos y dar comodidad a los turistas y trabajadores. Es una carta de presentación. (p. 17)

Podemos definir las buenas prácticas medio ambientales como una acción que busca minimizar el impacto ambiental que es causado por los procesos productivos de algunas actividades. El uso de estas prácticas se debe a su simplicidad y bajo coste, así como los resultados rápidos. Con el uso de estas prácticas medioambientales podemos generar resultados que contribuyen de manera activa al desarrollo sostenible.

2.3.3.5. Buenas Prácticas en gestión socio-cultural

Rainforest Alliance (s.f.), señala:

La comunidad es un gran referente de mercado. Muchas empresas tienen claro que una comunidad que convive con la empresa es otro agente de venta de sus servicios. La operación turística convive con un entorno social, es decir, con un grupo de personas que comparten objetivos de desarrollo, por lo cual, la relación entre el actor turístico y su entorno socio-cultural debe convertirse en una base sólida para cumplir con la responsabilidad social y a su vez, aportar para el desarrollo de este entorno, en beneficio mutuo de las partes. (p.36)

Por otro lado, Casanueva, y otros (2000), mencionan que “Los factores sociales y culturales tienen una incidencia fundamental en el sector turístico.” (p. 77)

Rainforest Alliance (2006), indica:

Una empresa no puede comportarse como una isla que perturba y degrada el entorno social y cultural. No deben usarse los recursos turísticos sin retornar algo a cambio. La empresa debe participar activamente en el desarrollo de las comunidades vecinas, invertir, realizar proyectos y mejorar la infraestructura turística, dar trabajo y capacitar a las comunidades locales. (p. 34)

a) Apoyo a la cultura local

Según Rainforest Alliance (s.f):

La empresa turística convive con la belleza natural que la rodea y además, con una cultura local. Este ambiente social es de gran importancia para el éxito e imagen de la operación. Las empresas de éxito, que son reconocidas y recomendadas, son aquellas que trabajan con y para las comunidades donde se encuentran. Recuerde que la comunidad con su cultura será una influencia permanente en lo que usted le brinda al turista. (p.35)

b) Apoyo a la comunidad local

Según Rainforest Alliance (s.f.):

Años atrás se decía, en términos turísticos, que las empresas generan empleo y mejoran la condición económica en pocas familias y que con ello se justifica su contribución a la sostenibilidad y desarrollo de la sociedad. Actualmente las empresas turísticas forman parte de la localidad donde trabajan. (p.36), por lo tanto deben generar estrategias que contribuyan a mejorar las condiciones de vida de las personas del lugar. Rainforest Alliance agrega que “Este aspecto toma en consideración, principalmente el aporte que la empresa hace a la economía local mediante la contratación de personal de la zona, consumo de productos y otros.” (p. 63)

III. METODOLOGÍA

3.1. Diseño de la investigación

La investigación adoptó un diseño de caso único transversal, al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2010) indican que “Los diseños de investigación transversal, recolectan datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede.” (p. 151)

Por otro lado, Hernández Sampieri y Mendoza (citado por Hernández y otros 2010) indican:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. (p. 546)

La investigación corresponde a un nivel exploratorio y descriptivo, Hernández Sampieri, y otros (2010) “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.” (p. 79) con relación al nivel descriptivo Hernández Sampieri, y otros (2010) señalan “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. (p. 80)

3.2.- Caso

El caso investigado fue el Restaurante “EL Tío Sam” una empresa turística, dedicada al rubro de la restauración, ubicada en la av. Huarmey, con 29 años de servicio. Se investigaron aspectos vinculados con su historia, organización, oferta y demanda y el perfil del personal; siendo la parte central la evaluación del cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión empresarial; el equipamiento e infraestructura; la gestión del servicio; la gestión medioambiental y la gestión sociocultural.

3.3.- Definición y operacionalización de las variables

a) Definición conceptual

Para la investigación la evaluación de la calidad del servicio está dada por el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas Mincetur (2012), señala:

Según el Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas: Una Buena Práctica es “una forma de hacer que ha probado su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra”, tiene como principio fundamental ser útil para estimular nuevas ideas o para actuar como guía con el propósito de conseguir mayor eficacia y eficiencia en el servicio que se presta.

Es este sentido, las Buenas Prácticas son el resultado de experiencias exitosas, y a partir de ello puede ser aplicado en otras empresas como herramienta para lograr una mayor eficacia y eficiencia del servicio.

b) Definición operacional

Variable	Dimensión	Sub dimension	Indicadores	Medición
Calidad del servicio	Buenas Prácticas en la gestión empresarial	Planificación	4 Estándares	Cumple/No cumple
		Organización	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de calidad	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de recursos humanos	15 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de suministros y proveedores	5 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de seguridad	8 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión financiera y contable	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de comunicación y marketing	12 Estándares	Cumple/No cumple
	Buenas Prácticas en equipamiento e infraestructura	Exterior	10 Estándares	Cumple/No cumple
		Cocina	14 Estándares	Cumple/No cumple
		Almacén	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Comedor	13 Estándares	Cumple/No cumple
		Servicios higiénicos	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Área de personal	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Oficinas	2 Estándares	Cumple/No cumple
	Buenas Prácticas en gestión del servicio	Recepción de insumos	3 Estándares	Cumple/ No cumple

		Almacenamiento de insumos	10 Estándares	Cumple/No cumple
		Apertura del centro de producción	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Prealistamiento de insumos	6 Estándares	Cumple/No cumple
		Producción de platos	15 Estándares	Cumple/No cumple
		Montaje del comedor	11 Estándares	Cumple/No cumple
		Reservas	5 Estándares	Cumple/No cumple
		Atención del comedor	35 Estándares	Cumple/No cumple
		Servicio de bar	8 Estándares	Cumple/No cumple
		Cierre del comedor	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Cierre del centro de producción	5 Estándares	Cumple/No cumple
		Mantenimiento	2 Estándares	Cumple/No cumple
		Limpieza y desinfección	4 Estándares	Cumple/No cumple
	Buenas Prácticas medioambientales	Uso del agua	5 Estándares	Cumple/No cumple
		Uso de energía	8 Estándares	Cumple/No cumple
		Consumo de productos	7 Estándares	Cumple/No cumple
		Gestión de residuos	3 Estándares	Cumple/No cumple
		Adaptación al medio	1 Estándar	Cumple/No cumple
	Buenas Prácticas socioculturales	Apoyo a la cultura local	4 Estándares	Cumple/No cumple

		Apoyo a la comunidad local	9 Estándares	Cumple/No cumple
--	--	----------------------------	--------------	------------------

3.4.-Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Los estudios de casos permiten emplear una serie de técnicas e instrumentos de investigación que permiten obtener tanto datos cuantitativos como cualitativos; las técnicas que se emplearon en la investigación han sido la observación, la entrevista y la revisión documental; para Canales, De Alvarado y Pineda (1986), la observación es “Es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y según el problema que se estudia.” (p. 160); esta técnica se apoyó en el uso de cinco (5) guías de observación, las cuales están orientadas a evaluar el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión administrativas; al equipamiento e infraestructura; a la gestión del servicio; a la gestión medioambiental y la gestión sociocultural, cada una de las cuales se descompone en sub dimensiones; las cuales fueron validadas a través del juicio de expertos en el tema de certificación en base a la aplicación de buenas prácticas. Además, se emplearon la cámara fotográfica para el registro de las imágenes más significativas.

Otro instrumento utilizado fue el cuestionario, Hernández y otros (2010), indican con relación al cuestionario “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.” (p. 217); el cuestionario está conformado de preguntas cerradas y abiertas; se aplicó con la finalidad de obtener información sobre las características del personal de la empresa, tanto administrativo como operativo; la modalidad de aplicación del instrumento fue a través de una entrevista personal, al respecto Hernández Sampieri, y otros (2010), señalan que “Las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas.” (p. 239)

Para la recolección de los datos cualitativos se empleó la técnica de la entrevista semiestructurada, Hernández Sampieri, y otros (2010) indican:

Las entrevistas cualitativas se definen como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). Con relación a las entrevistas semiestructuradas, señalan que se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados.

La entrevista se aplicó al propietario del establecimiento con la finalidad de obtener información sobre la historia, organización, demanda y oferta del establecimiento, esta técnica se apoyó además de la guía de preguntas en el uso de una reportera y una libreta de campo.

3.5.-Plan de análisis

Para el procesamiento de los datos cuantitativos se empleó el programa Microsoft Excel, para el análisis de los datos se aplicó medidas estadísticas de acuerdo a la naturaleza de las variables en estudio y los resultados se presentarán en tablas y figuras estadísticas.

El análisis de la información que se obtuvo por medio de la aplicación de la entrevista semiestructurada, se realizó a través de un análisis cualitativo describiendo el comportamiento de cada una de las variables en estudio.

Previo a la recolección de datos se estableció contacto con el propietario del establecimiento con la finalidad de coordinar las fechas de las visitas tanto para las entrevistas, la aplicación de los cuestionarios al personal que labora en la empresa, como para la evaluación de la calidad del servicio en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas.

Etapas de la recolección de datos:

Primera etapa:

Entrevista con el propietario del establecimiento, quien proporcionó datos sobre:

- Historia de la empresa y su evolución

- Organización de la empresa
- Oferta y la demanda

Segunda etapa:

Aplicación de los cuestionarios a todo el personal que labora en la empresa, con lo cual se obtuvieron datos para estructurar el perfil del personal tanto administrativo como operativo.

Tercera etapa:

Se aplicaron las cinco guías de observación para evaluar la calidad del servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas.

En todas las etapas de la recolección de datos se registraron imágenes, con la autorización previa del propietario de la empresa.

	Objetivos de investigación	Variables y dimensiones	Caso	Diseño	Instrumento
¿Cuál es la calidad del servicio del restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma en base al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas, en el año 2017?	<p>Objetivo General</p> <p>Evaluar la calidad del servicio el restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma en base al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en el año 2017.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las principales características del el restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma, relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil del personal. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares 	<p>Evaluación de la calidad del servicio</p> <p>Cumplimiento de buenas prácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gestión empresarial -Equipamiento e infraestructura -Gestión del servicio -Gestión medio ambiental -Gestión socio cultural 	<p>Micro empresa dedicada al rubro de la restauración</p>	<p>Tipo: Estudio de caso único</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: Transversal</p>	<p>Guías de observación</p> <p>Cuestionario estructurado</p>

	<p>derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión empresarial del el restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma en el año 2017.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura del restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma en el año 2017. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión del servicio del restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma en el año 2017. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión medioambiental del restaurante “El Tío Sam” de 				
--	--	--	--	--	--

	<p>la ciudad de Casma en el año 2017.</p> <ul style="list-style-type: none">• Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión socio-cultural del restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma en el año 2017.				
--	---	--	--	--	--

3.7 Principios éticos

La investigación consideró los principios de confiabilidad, confidencialidad y respeto a la persona humana.

- **Confiabilidad:** Los datos presentados reflejaron la realidad captada en el proceso de recolección de información, bajo la supervisión del Docente Tutor Investigador.
- **Confidencialidad:** Únicamente se consideró la información que el empresario autorizó, garantizando la absoluta discreción de información confidencial.
- **Respeto a la persona humana:** La obtención de la información se llevó a cabo respetando la libertad de expresión, las ideas y opinión de los participantes.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

4.1.1 Características del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017

a) Historia del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017

El restaurante “El Tío Sam” inició sus operaciones en el año 1978, con la idea de que fuera una empresa familiar en la que todos los miembros formaran parte de este reto que anhelaban emprender, la propuesta de darle el nombre “ El Tío Sam” a este establecimiento fue de los hijos del fundador quienes encontraban llamativa esta denominación.

La idea de crear este negocio fue del señor Mito Sam que con el apoyo de su esposa y sus 4 hijos iniciaron esta empresa restaurantera. Hace 14 años ellos empezaron a trabajar solos en una pequeña área ubicada en la av. Huarmey 138 domicilio de la misma familia, en aquel entonces el aforo máximo del restaurante “Tío Sam” era de 20 personas, con el pasar de los años se propusieron crecer como empresa y la capacidad máxima llegó a ser alrededor de 80 personas.

En la actualidad el restaurante el “El Tío Sam” cuenta con reconocimiento a nivel local, puesto que día a día se esfuerzan en brindar a los comensales una buena sazón, este resultado se refleja en los logros obtenidos, ya que en el año 2014 el restaurante “El Tío Sam” participó en un concurso gastronómico, obteniendo el primer puesto a nivel regional como mejor ceviche.

b) Oferta del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017

El restaurante “El Tío Sam” de Casma se encuentra ubicado en el centro de la ciudad, cuenta con espacios amplios y acogedores. Los mobiliarios son de madera, dándole así un toque cálido al restaurante y en las paredes se puede apreciar imágenes sobre gastronomía.

En cuanto a la oferta gastronómica, el restaurante “El Tío Sam” ofrece a los comensales el servicio de desayuno en los horarios de 8:00 - 11:00 de la mañana, se puede encontrar una variedad de jugos naturales, cafés, panes caseros, tostadas y otros aperitivos para acompañar. De 1:00 - 3:00 de la tarde cuenta con una gran variedad de comidas y platos típicos como ceviche de pato, picante de cuy, seco de ternera, chita frita, ceviche de pescado, platos a base de mariscos y camarones también se puede encontrar desde un chifa hasta un pepián de pavita, el plato especial del lugar, así mismo el restaurante “El Tío Sam” brinda servicios para eventos sociales.



Fotografía 1: Mejor ceviche de la region

Fuente: Registro fotográfico del investigador “El Tío Sam”, marzo 2017



Fotografía 2: Plato típico de la ciudad de Casma “Arroz con pato”
Fuente: Registro fotográfico del investigador “El Tío Sam”, marzo 2017.



Fotografía 3: Área de comedor del Restaurante “ El Tío Sam”
Fuente: Registro fotográfico del investigador “El Tío Sam”, marzo 2017.

c) Demanda del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017.

La demanda del restaurante “El tío Sam” varía de acuerdo a los meses del año, ya que, en el mes de julio por celebrarse las fiestas patronales de la ciudad de Casma, la mayor cantidad de los comensales son turistas tanto nacionales y extranjeros; mientras que, en las demás temporadas del año, generalmente los comensales son personas de la misma localidad, comunidades cercanas, un gran porcentaje de los clientes son del sector financiero, y empresas constructoras.



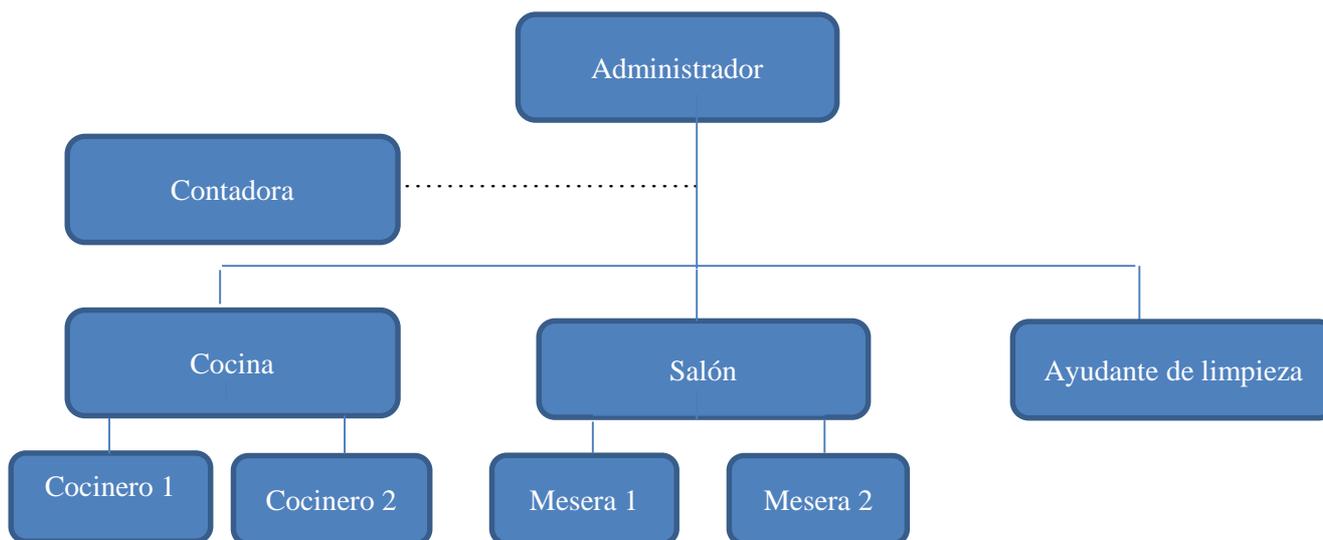
Fotografía 4: Clientes degustando de los platos.
Fuente: Registro fotográfico del investigador “El Tío Sam”, marzo 2017



Fotografía 5: Grupo de estudiantes de la ciudad de Huaraz.
Fuente: Registro fotográfico del investigador “El Tío Sam”, marzo 2017

d) Organización del restaurante “El Tío Sam” de la ciudad de Casma en el año 2017

En la actualidad el restaurante “El Tío Sam” no cuenta con un organigrama definido. Es por ello que en la siguiente sección se presenta una propuesta del investigador para el organigrama de la empresa.



A continuación se presentan las funciones de cada puesto:

Administrador: La administración del restaurante “El Tío Sam” está a cargo por uno de los propietarios y socios, el señor Jorge Luis Sam Soto, quien además de desempeñar esta labor tiene la responsabilidad de cumplir con las siguientes funciones:

- Administrar todas las áreas de la empresa.
- Supervisar los pedidos.
- Realizar los pagos al personal.
- Realizar los pagos a los proveedores.
- Realizar la lista de pedidos.
- Diseñar y actualizar la carta.
- Ayuda en la atención al público.

Contadora: Este puesto está a cargo de la señora July Sam Soto, quien es la responsable de la elaboración de cheques para el recurso humano de la empresa, proveedores y servicios. Además de esta función se encarga de cumplir con:

- Supervisar y realizar las compras.
- Colabora con la atención.
- Realizar los pagos de los servicios.
- Supervisa las funciones del personal de la empresa.
- Colabora en el área de cocina.

Cocineros: El área de cocina del restaurante el “Tío Sam” cuenta con dos cocineros, el primero desempeña su función desde las 7 de la mañana hasta las 3 de la tarde, y el segundo de 4 de la tarde a 11 de la noche. Las funciones que cumplen son las siguientes:

- Realiza la preparación de los platos.
- Indica la lista de los insumos para las compras.
- Dirige las funciones de ayudante de cocina.
- Verifica el orden y buen funcionamiento de la cocina.
- Cuida de que los platos se sirvan con el mayor cuidado.
- Supervisa la higiene de la cocina.

Meseras: La principal función de las meseras es mantener a los clientes contentos, respondiendo las dudas que tengan sobre el menú, asegurarse de que los clientes reciban las bebidas o platos correctos, que estén bien hechos y como los ha pedido el cliente. Otras de las funciones que cumplen son las siguientes:

- Atender y tomar los pedidos.
- Cuida de que los platos lleguen a la mesa en buen estado.
- Hacer algunos pagos a los proveedores.
- Colaborar en la cocina.
- Colaborar con la cobranza a los comensales.
- Ayudante de cocina.

Ayudante de limpieza: Esta persona inspecciona a profundidad y limpia las áreas del restaurante, también sigue todas las instrucciones de limpieza de la empresa. El encargado de esta área desempeña su labor a partir de las 10 de la mañana hasta las 6 de la tarde. Las tareas que lleva a cabo son:

- Colaborar con la atención.
- Verifica el buen funcionamiento de los servicios higiénicos.
- Verifica el buen estado de los artefactos eléctricos.
- Mantiene ordenado los utensilios y otros materiales.

e) Perfil del personal del restaurante “El Tío Sam”

Para determinar el perfil del personal del restaurante “El Tío Sam” se aplicó un cuestionario (anexo N°02) a los 7 empleados que conforman el personal; el administrador, la contadora, los cocineros, las meseras y el encargado de limpieza. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Tabla 01: Perfil del personal del Restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017.

Datos generales																									
Sexo						Procedencia						Edad													
Masculino				Femenino		Local			Nacional			Otros países		20-30		31-40		41-50		51-60					
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
4	57,00	3	43,00%	6	86,00%	1	14,00%	-	-	5	72,00%	1	14,00%	1	14,00%	-	-	-	-	-	-				
Estudios																									
Nivel de estudios																		Especialidad Vinculada con el puesto							
PI	PC		SI		SC		STI		STC		SUI		SUC		PG		EVP		ENVP						
n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
-	-	-	-	-	-	1	14,00%	2	29,00%	1	14,00%	1	14,00%	2	29,00%	-	-	1	33,3%	2	66,7%				
Desempeño en la empresa																									
Área						Tiempo laborando en la empresa								Capacitación				Tipo de capacitación							
ADM		COC		SAL		LIM		1-8		9-16		17-24		25-32		33-40		Si		No					
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%
2	29,00%	2	29,00%	2	29,00%	1	14,00%	5	72,00%	-	-	1	14,00%	1	14%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia.

Nivel de estudios: PI (Primaria incompleta); PC (Primaria completa); SI (Secundaria incompleta); SC (Secundaria completa); STI (Superior técnica incompleta); STC (Superior técnica completa); SUI (Superior universitaria incompleta); SUC (Superior universitaria completa); PG (pos grado) Especialidad Vinculada con el puesto: EVP (especialidad vinculada con el puesto) y ENVP (Especialidad no vinculada con el puesto) Área: ADM (Administrativa); COC (Cocina); SAL (Salón),.LIM(limpieza)

La Tabla 01 muestra los resultados obtenidos sobre el perfil del personal del restaurante “El Tío Sam”; la información fue dividida en tres secciones: datos generales, estudios, y desempeño en la empresa. A continuación, se analiza cada una de las secciones.

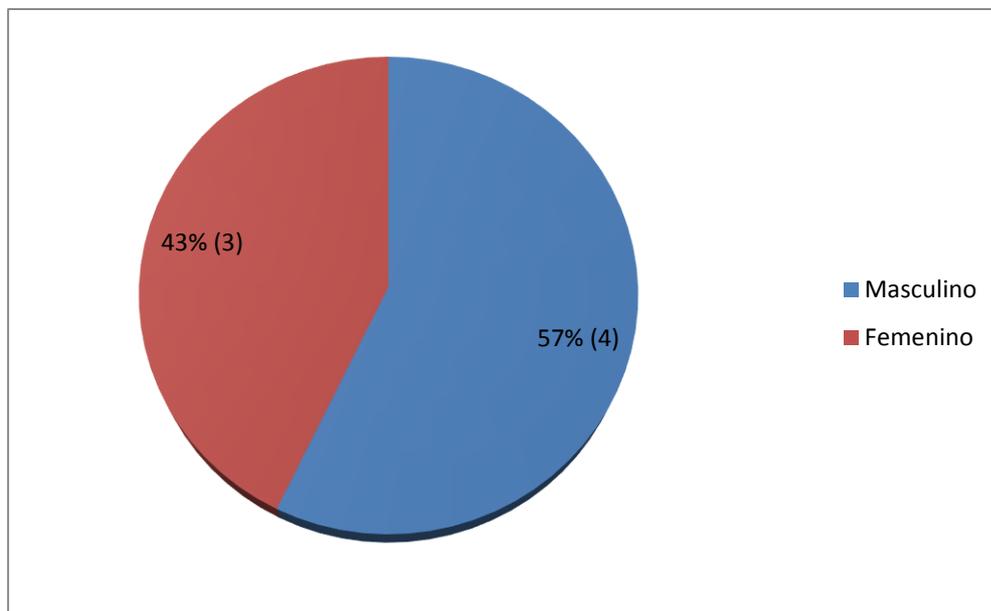


Figura 02: Sexo del personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017
Fuente: Tabla 01

Con relación al sexo del personal del restaurante “El Tío Sam” podemos observar en la Figura 02 que el 57 % corresponde al sexo masculino y el 43 % al sexo femenino.

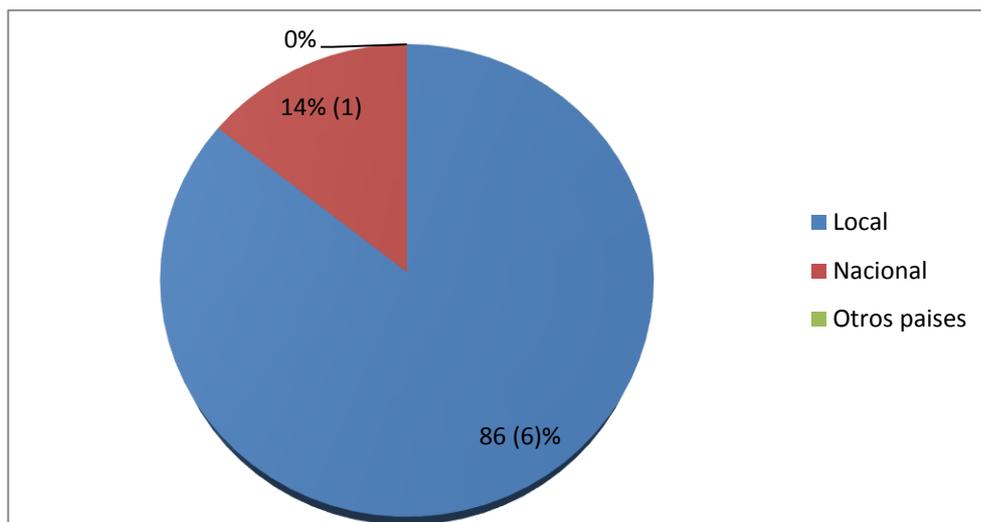


Figura 03: Lugar de procedencia del personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017

Fuente: Tabla 01

En la Figura 03 sobre la procedencia del personal, tenemos que un 86% son de la ciudad de Casma y un 14% provienen de otras partes del país.

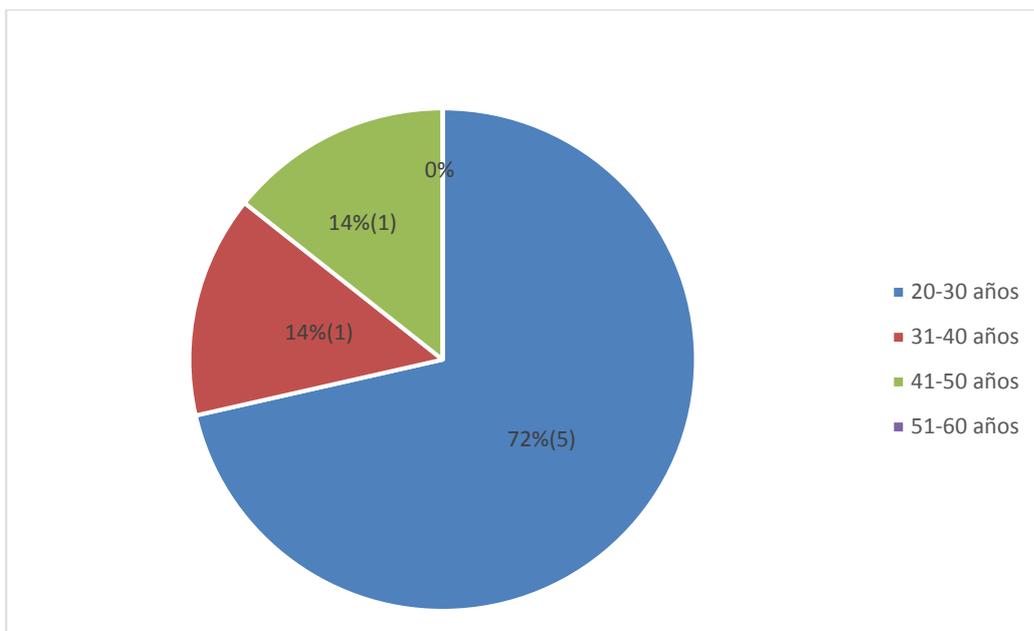


Figura 04: Edad del personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017
 Fuente: Tabla 01

En la Figura 04 sobre la edad el personal del restaurante “Tío Sam” se observa que la edad de la mayoría de los trabajadores está entre 20 a 30 años (72%), mientras que un 14% tiene entre 31 a 40 años y el otro 14% entre los 41 a 50 años.

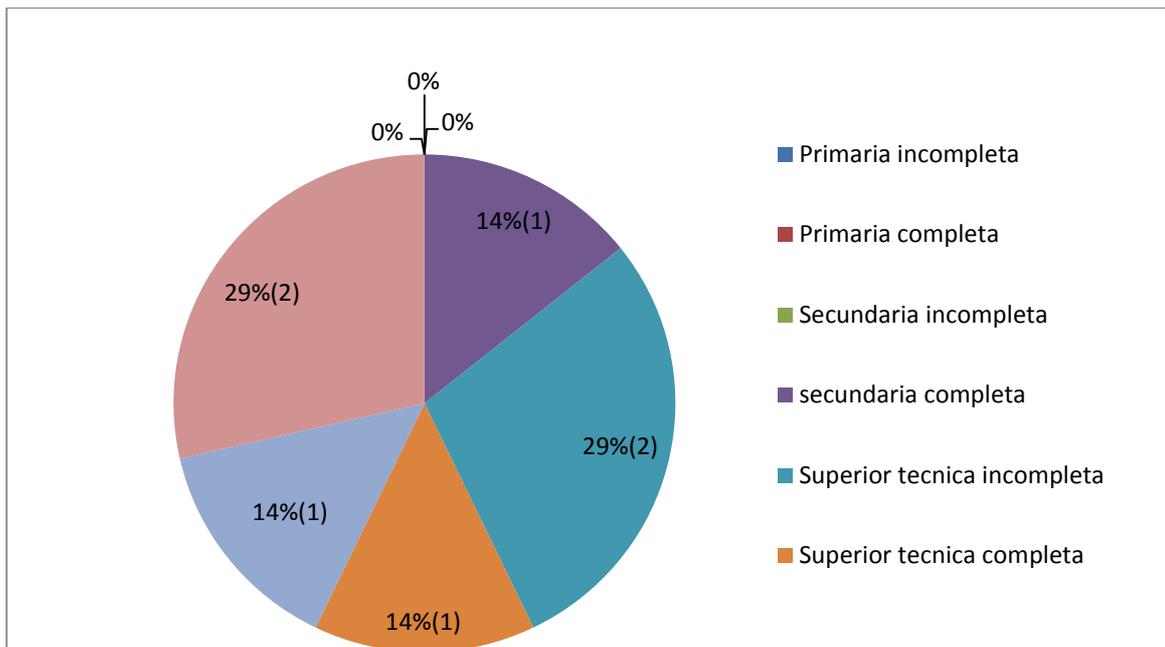


Figura 05: Nivel de estudios del personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017
Fuente: Tabla 01

En la Figura 05 sobre el nivel de estudios del personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017, podemos ver que el nivel de estudios del personal del restaurante varía ya que el 29% (2 personas) concluyó con sus estudios universitarios, de otro lado un 29% (2 personas) no concluyó con sus estudios técnicos, también podemos apreciar un 14% (1 persona) que cuenta con estudios superiores técnico completo, un 14% (1 persona) que cuenta con estudios universitarios incompletos, y el otro 14% (1 persona) que cuenta con secundaria completa

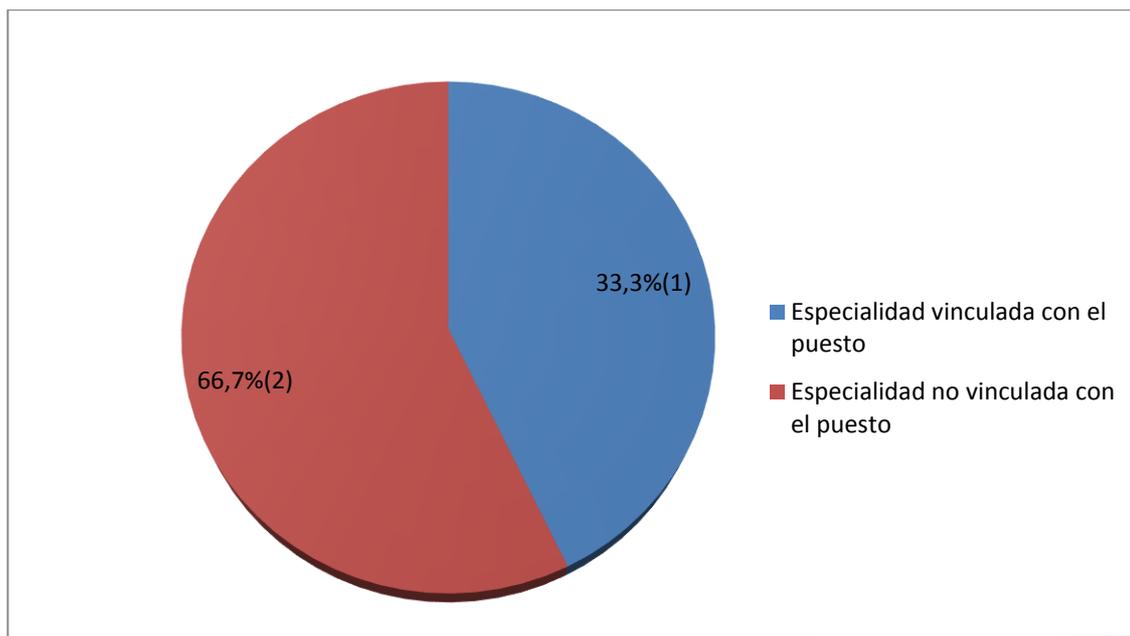


Figura 06: Personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017, según vinculo de su especialidad con el puesto de trabajo.

Fuente: Tabla 01

La Figura 06 muestra la vinculación de la especialidad con el puesto de trabajo de cada trabajador, se observa que el 33,3 %, es decir 1 trabajador cuenta con especialidad que se vincula con su puesto de trabajo, mientras que el 66,7%, es decir 2 trabajadores cuenta con especialidad que no se vincula con su puesto de trabajo.

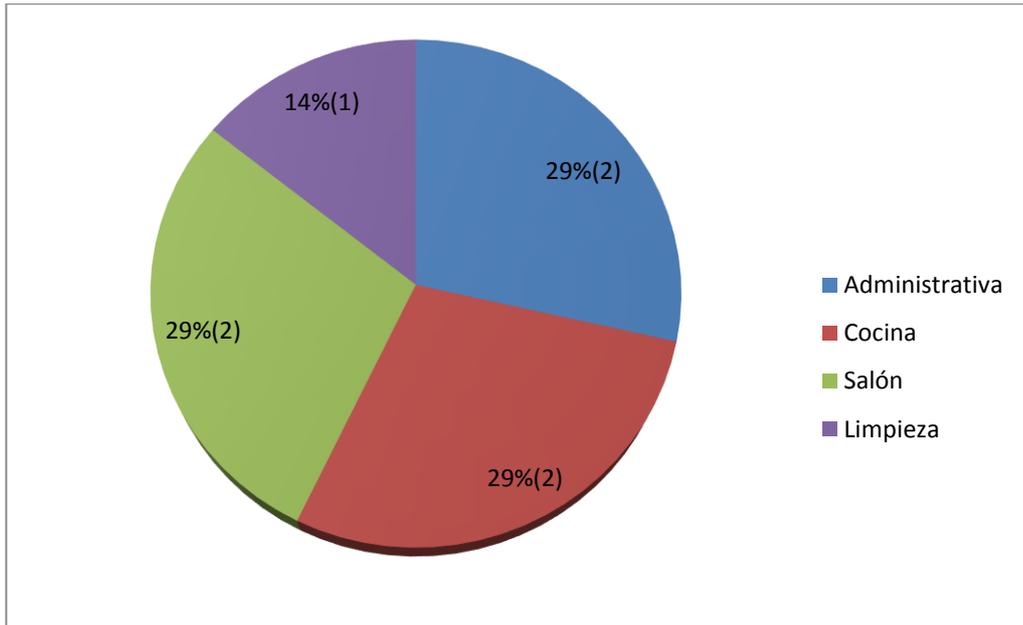


Figura 07: Personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017, según su área de trabajo.

Fuente: Tabla 01

En la Figura 07 sobre el área de desempeño del personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017, se puede apreciar que hay 4 áreas donde el personal se desempeña, el área administrativa, cocina, salón y el área de limpieza; el 29% (2 persona) se desempeñan en el área administrativa; el otro 29% (2 personas) labora en el área de cocina, también un 29% (2 personas) cumplen sus funciones en el salón y el 14% (1 persona) se desempeña en el área de limpieza.

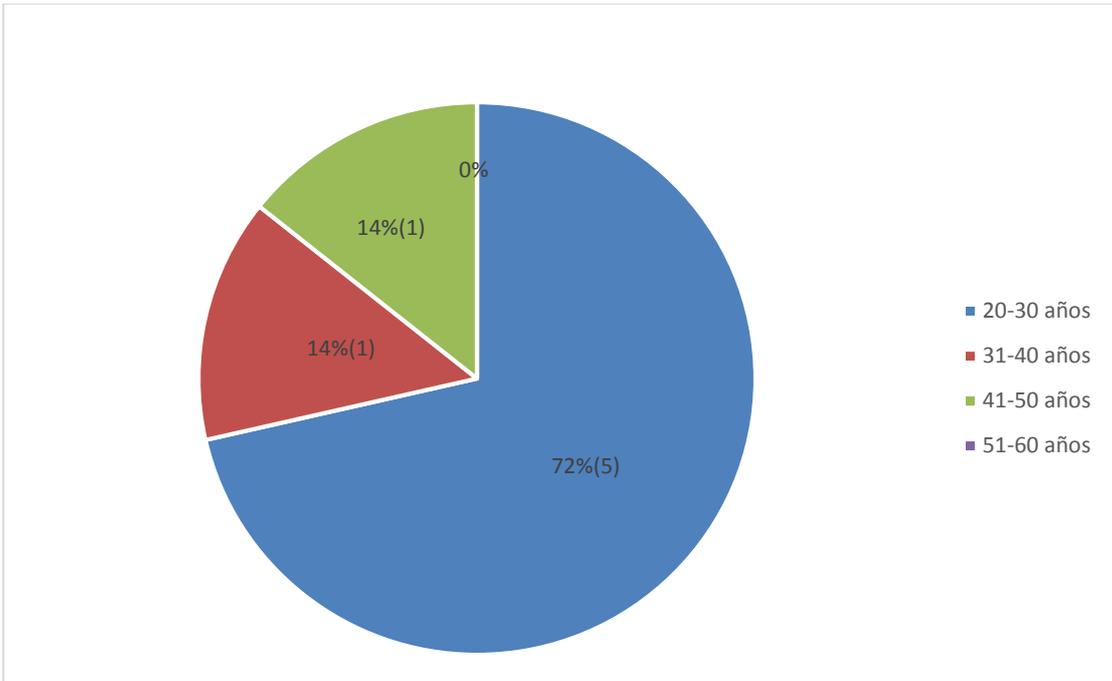


Figura 08: Personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017, según el tiempo que llevan laborando en la empresa.

Fuente: Tabla 01

En cuanto al tiempo laborando en la empresa, el Figura 08 muestra que el 72,00% de las colaboradoras (5 personas) lleva en la empresa entre 1 a 8 años; el 14,00%, (1 persona), labora en la empresa entre 17 -24 años, el otro 14,00%%, (1 persona) labora en la empresa entre 25-32 años; estos dos ultimos por ser socios y propietarios de la empresa lleva más de 20 años laborando.

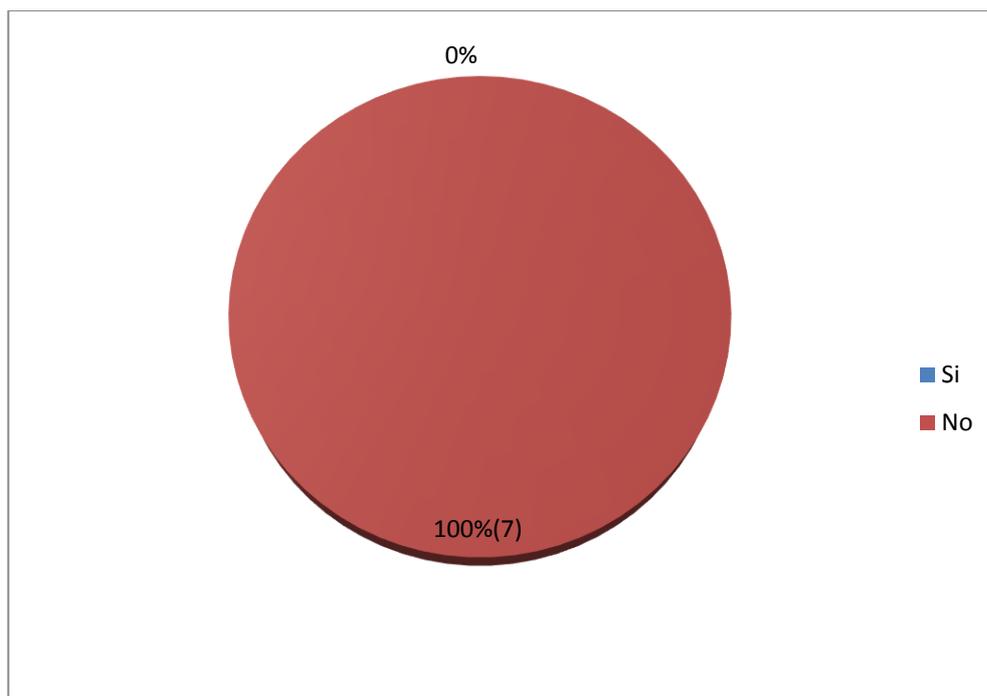


Figura 09: Personal del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017, según capacitación recibida en la empresa.

Fuente: Tabla 01

En la Figura 09 según la capacitación que recibe el restaurante “El Tío Sam” encontramos que el 100% no recibe ninguna capacitación.

4.1.2. Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión empresarial del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017

A continuación, se presenta la Tabla con los resultados referentes al cumplimiento de los estándares derivados de las Buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial en el restaurante “El tío Sam”.

Tabla 02: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión empresarial del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017.

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluidos	Cumple	No cumple	Evaluidos
Planificación	1	3	4	1,8%	5,3%	7,1%
Organización	2	1	3	3,6%	1,8%	5,4%
Gestión de calidad	2	4	6	3,6%	7,1%	10,7%
Gestión de recursos humanos	13	2	15	23,2%	3,6%	26,8%
Gestión de suministros y proveedores	5	0	5	8,9%	0,0%	8,9%
Gestión de seguridad	7	1	8	12,5%	1,8%	14,3%
Gestión financiera y contable	3	0	3	1,8%	3,6%	5,4%
Gestión de comunicación y marketing	11	1	12	19,6%	1,8%	21,4%
TOTAL	44	12	56	75,00%	25,00%	100,00%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 02 se presentan los resultados sobre el cumplimiento de estándares en la gestión empresarial, en la que se han evaluado 8 sub dimensiones, las que son: planificación, organización, gestión de calidad, gestión de recursos humanos, gestión de suministros y proveedores, gestión de seguridad, gestión financiera y contable y gestión de comunicación y marketing. Se tiene que de los 56 estándares evaluados el restaurante cumple con 44, los que representan el 75,0% de estándares evaluados.

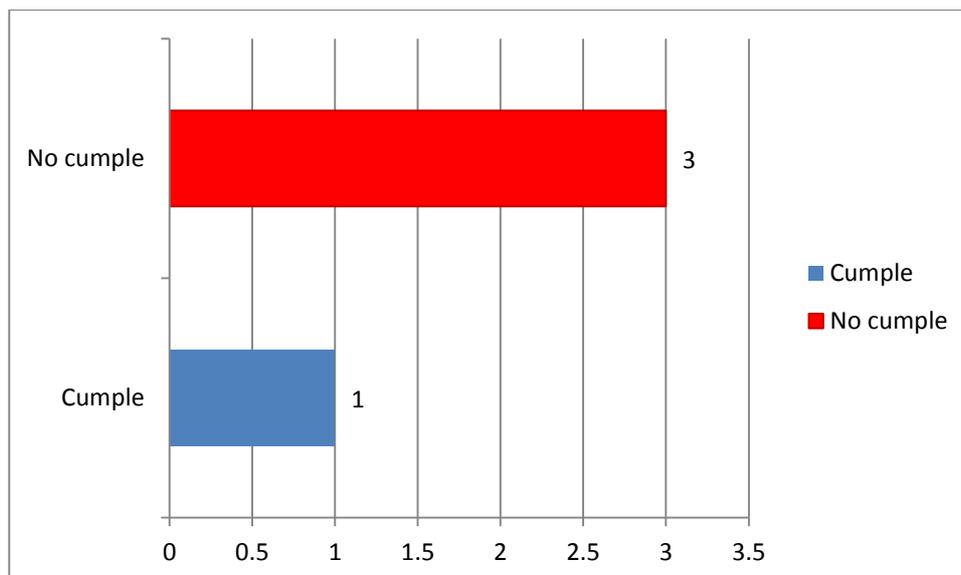


Figura 10: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la planificación en el restaurante “El tío Sam”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 10, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a planificación, de los 4 estándares evaluados la empresa cumple con 1 estándar debido a que cuenta con el plan de negocios. De los estándares que la empresa no cumple se observó que la empresa no cuenta con un plan estratégico en el que define su visión, misión, valores y objetivos, tampoco cuenta con políticas establecidas y planes operativos.

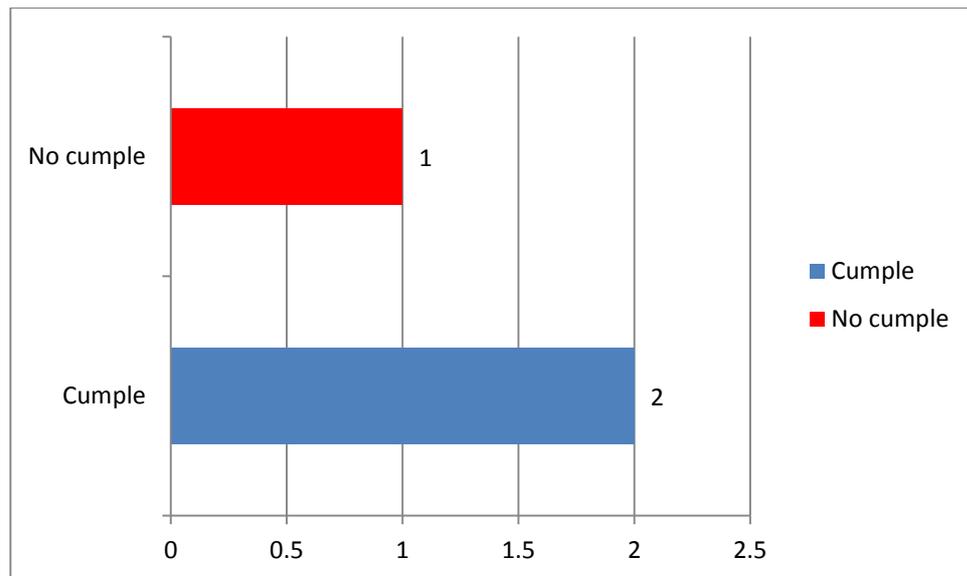


Figura 11: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la organización del restaurante “El Tío Sam”

Fuente: Tabla 02

En la Figura 11, se muestran los resultados con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la organización, del total de estándares evaluados la empresa cumple con 2 estándares, debido a que cuenta con un manual de organización y funciones, también con un sistema de comunicación formal, por otro lado el único estándar que no cumple es donde la empresa no documenta sus procesos, estándares y requisitos del servicio y no cuenta con un manual de procesos y procedimientos.

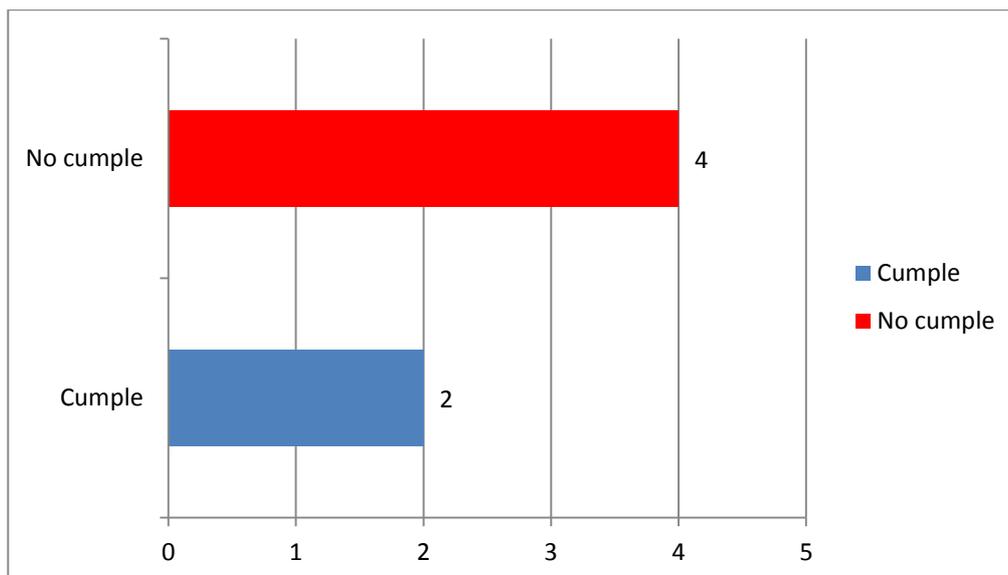


Figura 12: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión de calidad del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 02

En la Figura 12, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en la gestión de la calidad, de los 6 estándares evaluados la empresa cumple con 2 estándares. La empresa ha definido los aspectos que deben de ser monitoreados para asegurar la calidad del servicio y además hace un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente. De otro lado en los estándares que la empresa no cumple podemos notar que no cuenta con un sistema de control de calidad de servicio, así mismo no realiza auditorías internas periódicas; no cuenta con un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones, y además no mantiene un sistema de tratamiento de quejas, reclamos y sugerencias.

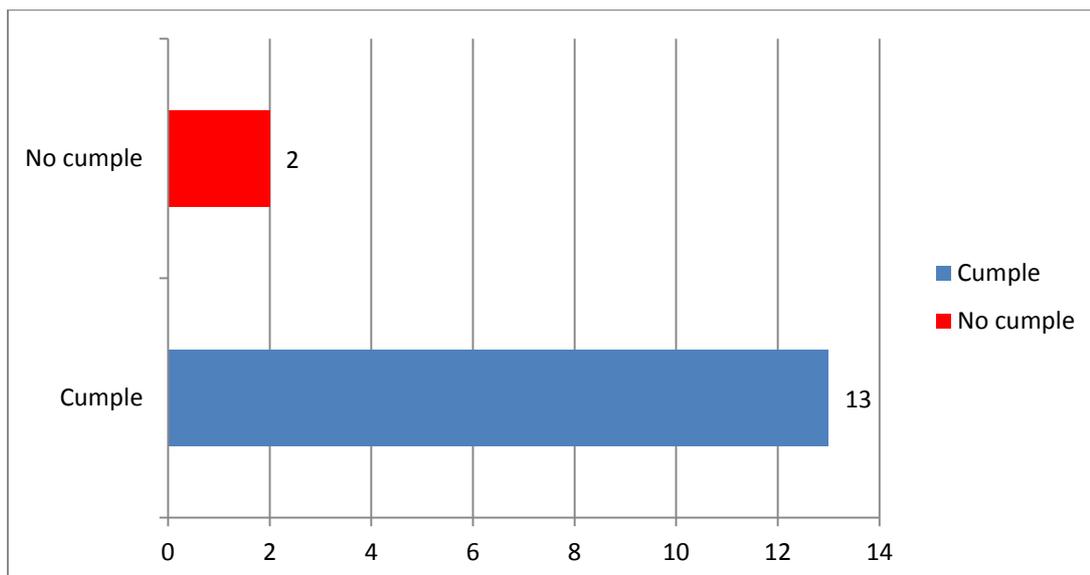


Figura 13: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 02

En la Figura 13, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión de recursos humanos, de los 15 estándares evaluados la empresa cumple con 13, por lo que la empresa cuenta con perfiles del personal establecidos para cada puesto de trabajo; ha definido el proceso de selección del personal; así mismo cuenta con un archivo donde se reflejan los datos personales del personal del restaurante; periódicamente se lleva a cabo evaluaciones para medir el rendimiento del personal; por otro lado se observó que la empresa emplea estrategias para mantener motivados al personal; se llevan a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo; a la vez la empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados; se fomenta y difunde entre los empleados la práctica de valores y principios éticos; también comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto a los servicios y la satisfacción del cliente, se han establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio; en la empresa se respeta la jornada laboral establecida por ley; por otro lado se brinda remuneraciones establecidas en la legislación laboral, así como los beneficios sociales a los empleados. Dentro de los estándares que la empresa no cumple se identificó 2 estándares, debido a que la empresa no cuenta con un programa de capacitación para el personal; además se observó que la empresa no cumple con brindar los beneficios sociales a los empleados.

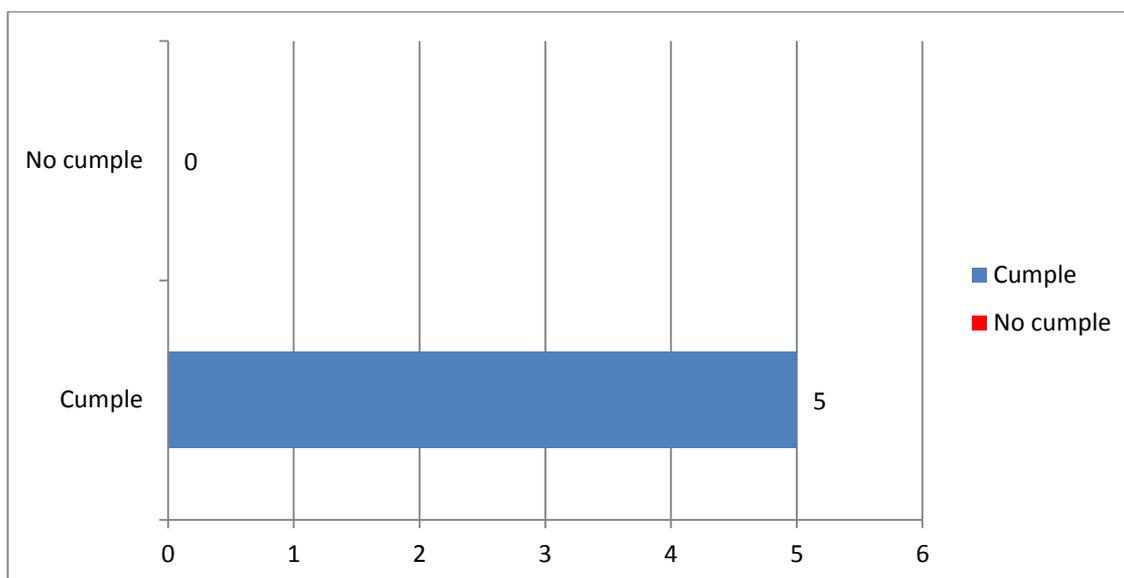


Figura 14: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 02

En la Figura 14, se observan los resultados sobre la gestión de suministros y proveedores de los 5 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares, por lo que se han definido criterios para la selección de proveedores; cuentan con un registro con las características y datos de los proveedores; se han definido las condiciones de pedido, entrega y pagos; además emplea formatos para formalizar sus pedidos y por último se han establecido horarios y procedimientos para la recepción de los productos.

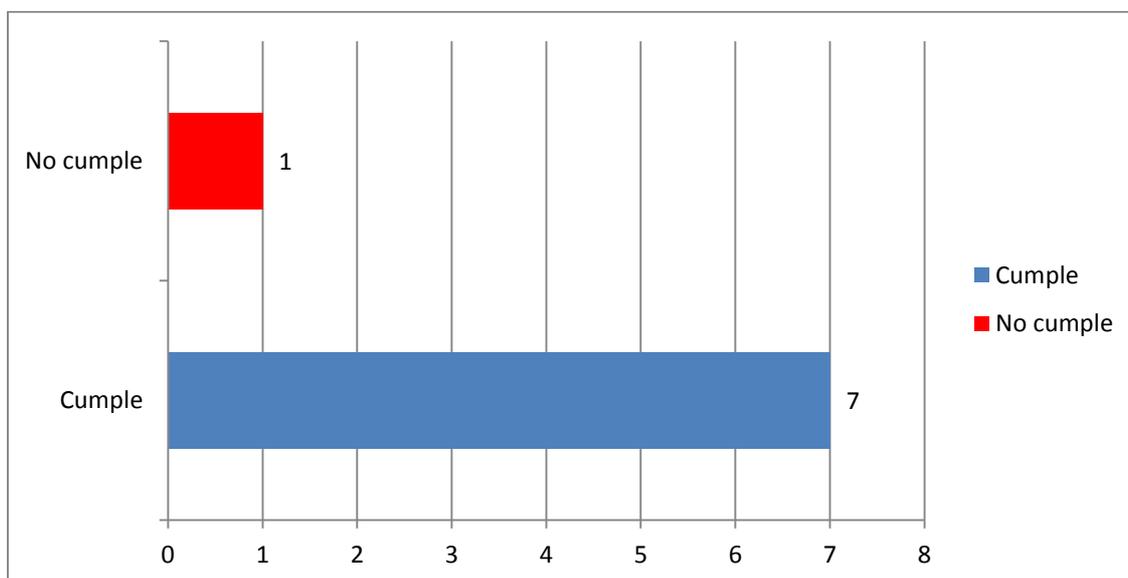


Figura 15: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión de seguridad del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 02

En la Figura 15, se observa los resultados referidos a la gestión de seguridad, de los 8 estándares evaluados la empresa cumple con 7 estándares, ya que logró identificar sus riesgos y peligros(reales y potenciales), además desarrolló planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro, cuenta con planes para atender emergencias, así mismo cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados; por otro lado se observó que se ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad; a la vez cuenta con el certificado de Defensa Civil y dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencias. El estándar que la empresa no cumple es con respecto a las capacitaciones del personal en temas de seguridad.

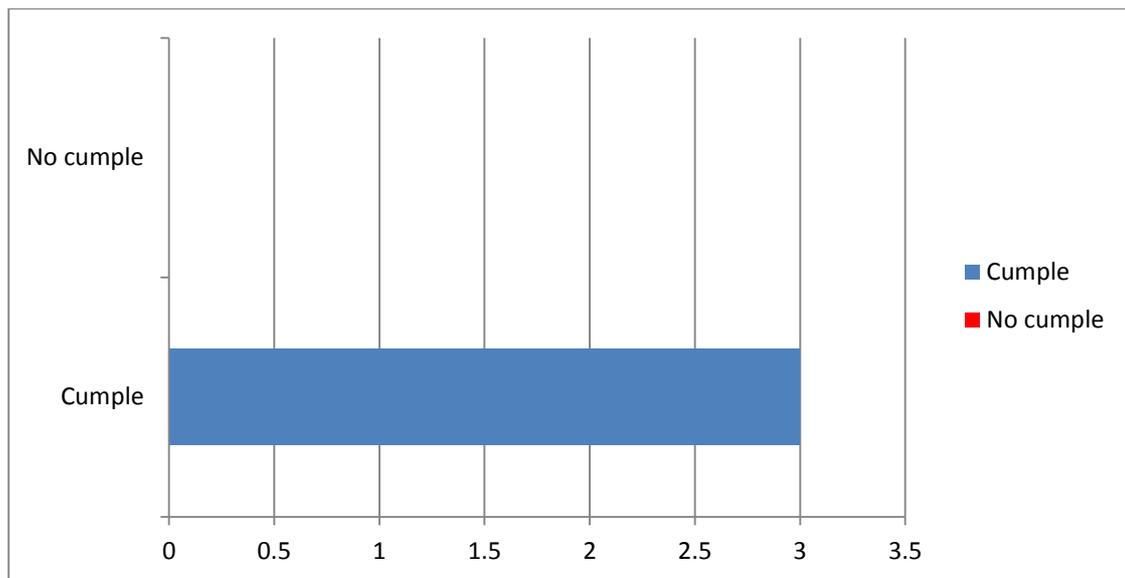


Figura 16: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable del restaurante “El tío Sam”.

Fuente: Tabla 02

En la figura 16, se muestran los resultados sobre el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en la gestión financiera y contable, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares, debido a que cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable; dispone de un presupuesto general y presupuesto específico; así mismo el propietario de la empresa está capacitado en temas financieros y contables.

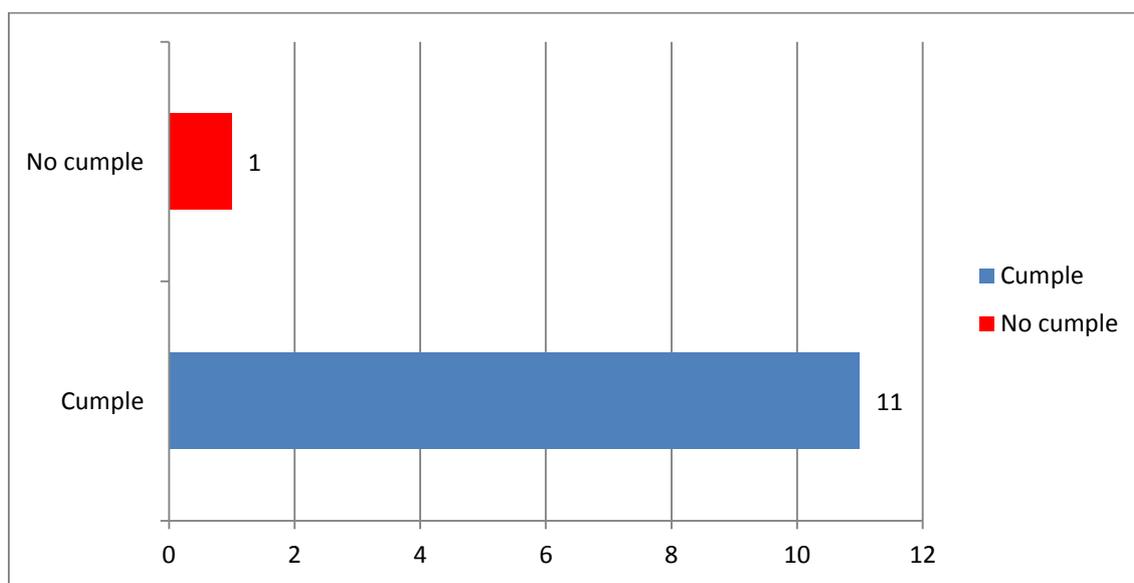


Figura 17: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing del restaurante “El tío Sam”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 17, se muestra los resultados del cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en la gestión de comunicación y marketing, se evaluaron 12 estándares, de los cuales la empresa cumple con 11 estándares, por lo que la empresa cuenta con un estudio de mercado, considerado las características tanto de la competencia como de la demanda; cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda; la empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes; firma convenios con el fin de incrementar la demanda del establecimiento, además ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado; por otro lado emplea medios de comunicación masivos para promocionar su oferta, la empresa difunde información coherente con el servicio que brinda, así mismo provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio; cuenta con tarifarios de su oferta gastronómica, la empresa exhibe en un lugar visible la oferta gastronómica con sus respectivos precios, además exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento. El único estándar que la empresa no cumple es con relación al registro de sus clientes.

4.1.3. Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en equipamiento e infraestructura del restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017

A continuación, se presenta los resultados de la evaluación del restaurante “El tío Sam” sobre los estándares derivados de las Buenas Prácticas con relación al equipamiento e infraestructura.

Tabla 03: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el restaurante “El tío Sam” de Casma en el año 2017.

Sub dimencion	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Exterior	6	4	10	11,1%	7,4%	18,5 %
Cocina	13	1	14	24%	1,95%	25,9 %
Almacén	0	6	6	0,0%	11,2%	11,2 %
Comedor	13	0	13	24%	0,0%	24,1 %
Servicios Higiénicos	6	0	6	11,1%	0,0%	11,1 %
Área de personal	0	3	3	0,0%	5,6%	5,6 %
Oficinas	0	2	2	0,0%	3,6%	3,6 %
TOTAL	38	16	54	70,2%	29,8%	100%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 03 se presentan los resultados sobre el cumplimiento de estándares en el equipamiento e infraestructura, Podemos apreciar que se han evaluado un total de 54 estándares distribuidos en las siguientes sub dimensiones: exterior, cocina, almacén, comedor, servicios higiénicos, área de personal y oficinas.

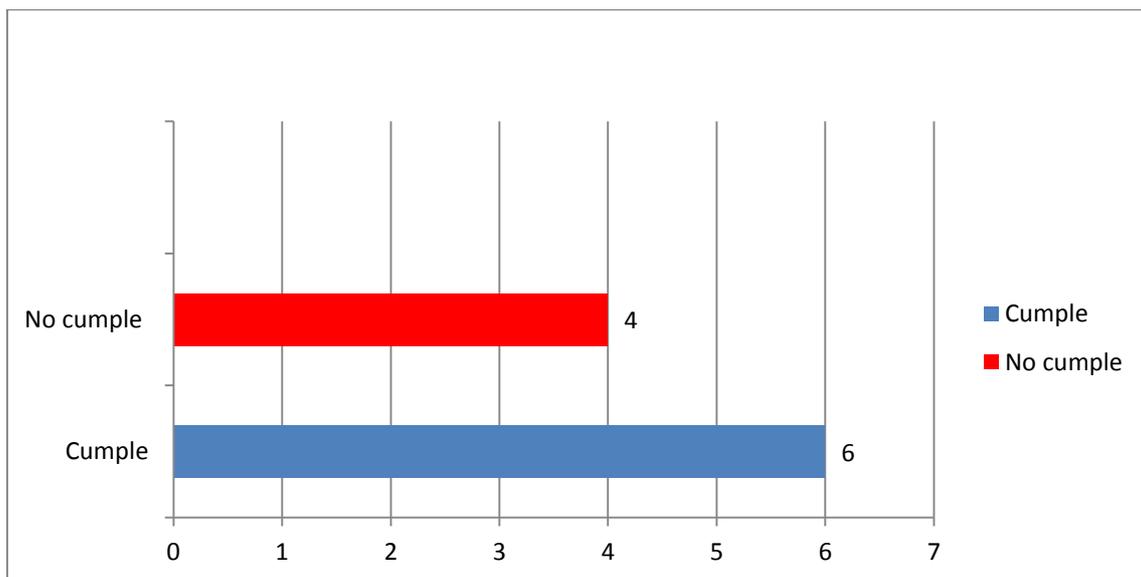


Figura 18: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al exterior del restaurante “El tío Sam”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 18, se aprecian los resultados sobre el cumplimiento de estándares evaluadas referentes al exterior, se han evaluado 10 estándares, del total de ellos la empresa cumple con 6 estándares, debido a que se ubica en un lugar accesible en el centro de la ciudad, además existe limpieza en su entorno; de la misma manera se ubica en una zona segura; por otro lado, cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada; cuenta con buena iluminación, y por último cuenta con espacios verdes alrededor, las cuales están bien cuidados. Dentro de los estándares que no cumple se muestra que la empresa no presenta el icono de clasificación y/o categorización; no presenta acceso especial para discapacitados, por otro lado, no cuenta con un estacionamiento privado y tampoco cuenta con acceso independiente para los proveedores y personal.

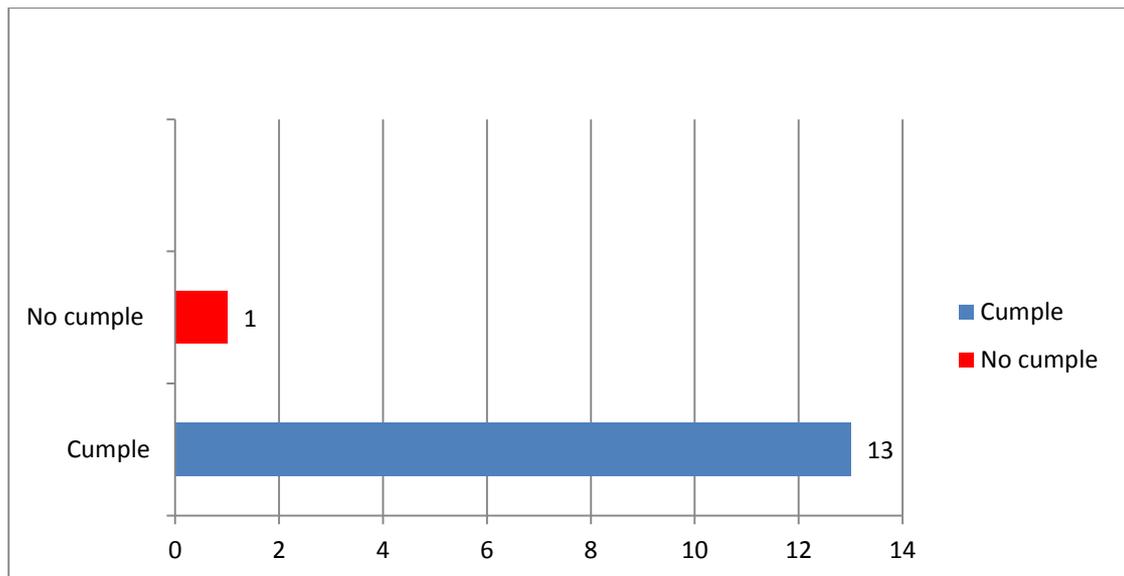


Figura 19: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la cocina del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 03

En la figura 19, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas con respecto a la cocina, se han evaluado 14 estándares, de los cuales la empresa cumple con 13, observamos que la cocina se ubica próxima al comedor, también que cuenta con áreas de trabajo identificadas y delimitadas para la preparación de alimentos, cuenta con un piso de material anti deslizante y de fácil limpieza, las paredes esta revestidas con material liso y de fácil limpieza, cuenta con una iluminación apropiada que no altera el color ni la apariencia de los alimentos, cuenta con un sistema de ventilación apropiado, los equipos están en funcionamiento y óptimas condiciones de limpieza; por otro lado los utensilios de cocina están en buen estado y en óptimas condiciones de limpieza, de igual manera los equipos y mobiliarios están ubicados de forma que no interrumpen el flujo de trabajo, cuenta con un área específica destinada para residuos, la cual se encuentra alejada del área de producción, la sección de producción se mantiene limpia y ordenada, también dispone de un área para el lavado de manos, la que cuenta con los implementos necesarios, además la empresa cuenta con suministros de agua permanente. Sobre el estándar que no cumple, encontramos que la empresa no dispone de una campana extractora.

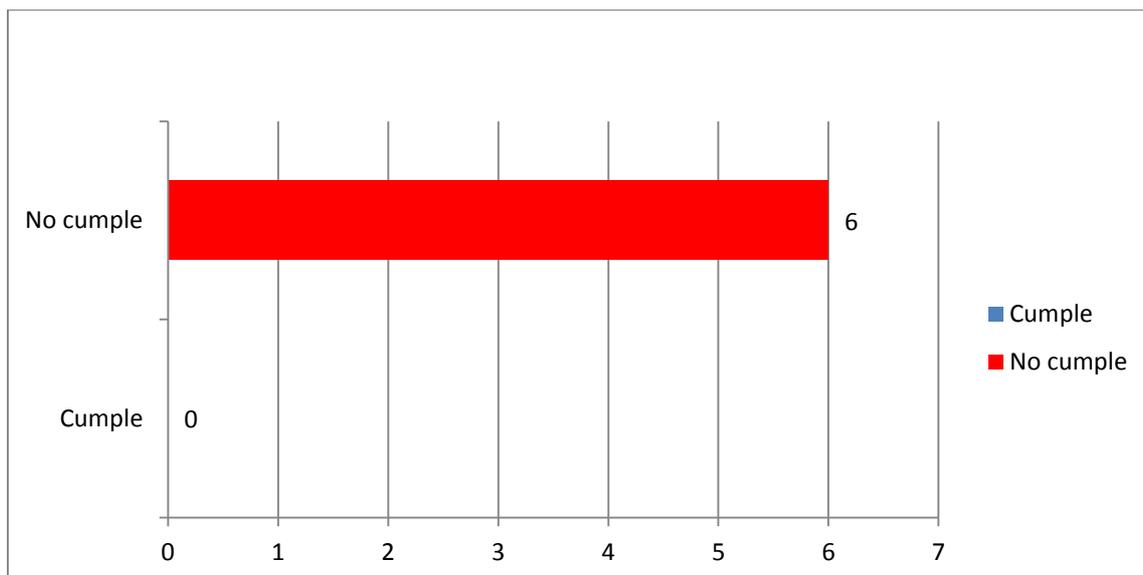


Figura 20: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al almacén del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 03

En la Figura 20, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas con respecto al almacén de la empresa, se han evaluado 6 estándares, por lo que la empresa al no contar con esta área no cumple con ninguno de los estándares.

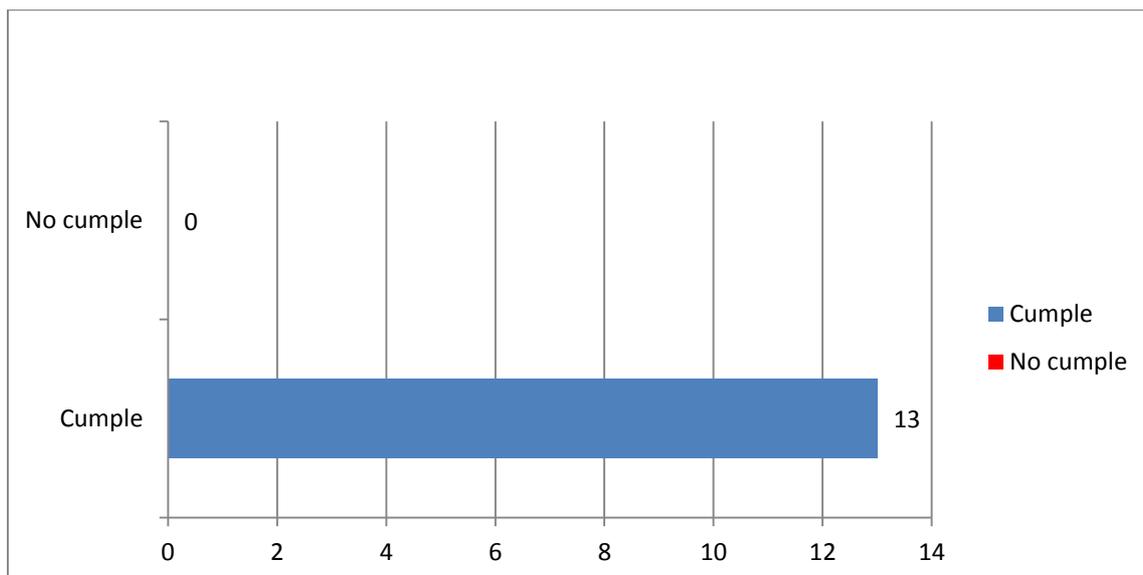


Figura 21: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al comedor del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 03

En la Figura 21, se observan los resultados sobre el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas con respecto al comedor, se han evaluado 13 estándares, en los cuales la empresa cumple con todos ellos. El comedor de la empresa presenta condiciones adecuadas de limpieza, la decoración es agradable y armoniosa, cuenta con un sistema de ventilación, por ello cuenta con un olor agradable, en relación al mobiliario está en buen estado de conservación y limpio, de igual manera está distribuido de forma adecuada facilitando la circulación, la empresa cuenta con equipos de música y televisión; las cartas están en buen estado con los precios actualizados, cuenta con extintores en caso de emergencia, así mismo cuenta con estaciones de servicio debidamente organizadas, dispone de utensilios de vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender las necesidades de máxima ocupación, la empresa emplea utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acordes a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación y además dispone de un área de caja para el cobro de las facturas, la que dispone de los equipos necesarios.

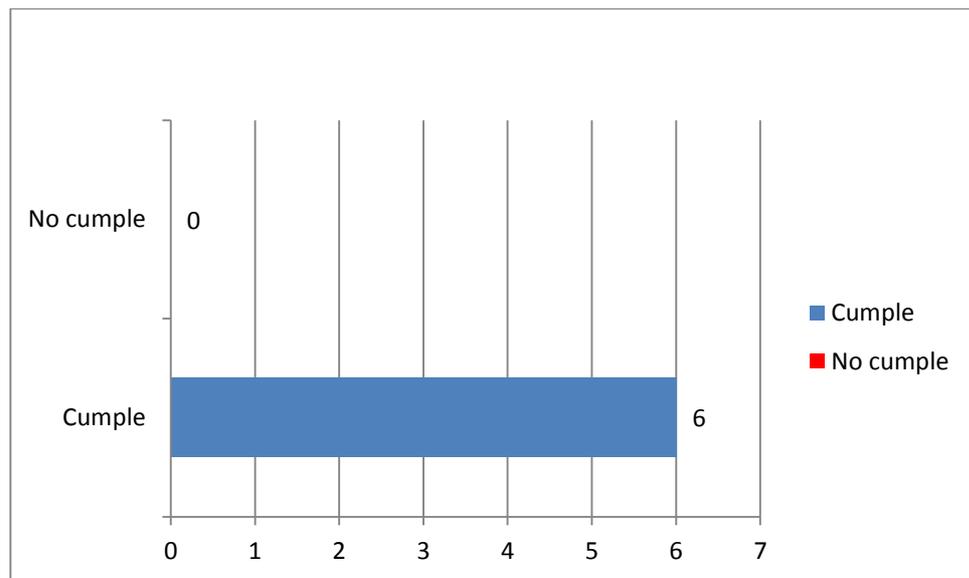


Figura 22: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a los servicios higiénicos del restaurante “El tío Sam”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 22, se aprecian los resultados con relación al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas de los servicios higiénicos, de los 6 estándares evaluados la empresa cumple con la totalidad, ya que cuenta con servicios higiénicos independientes e identificados por sexo, los servicios higiénicos no tienen acceso directo al comedor, disponen de un sistema adecuado de ventilación y cuentan con una iluminación apropiada, también disponen de los implementos de higiene necesarios y están debidamente limpios.

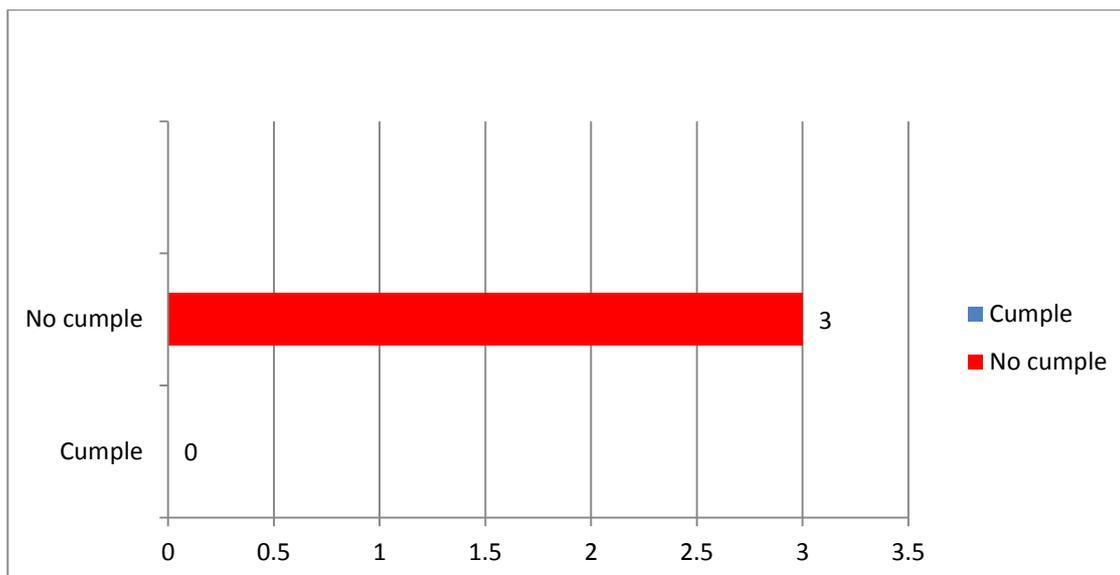


Figura 23: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al área de personal del restaurante “El tío Sam”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 23, se observan los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas con respecto al área de personal, se han evaluado estándares, de los cuales la empresa no cumple con ninguno, ya que el restaurante no dispone de un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias, la empresa no cuenta con servicios higiénicos en óptimas condiciones de limpieza para el personal y no cuenta con un área destinada para que los trabajadores tomen sus alimentos.

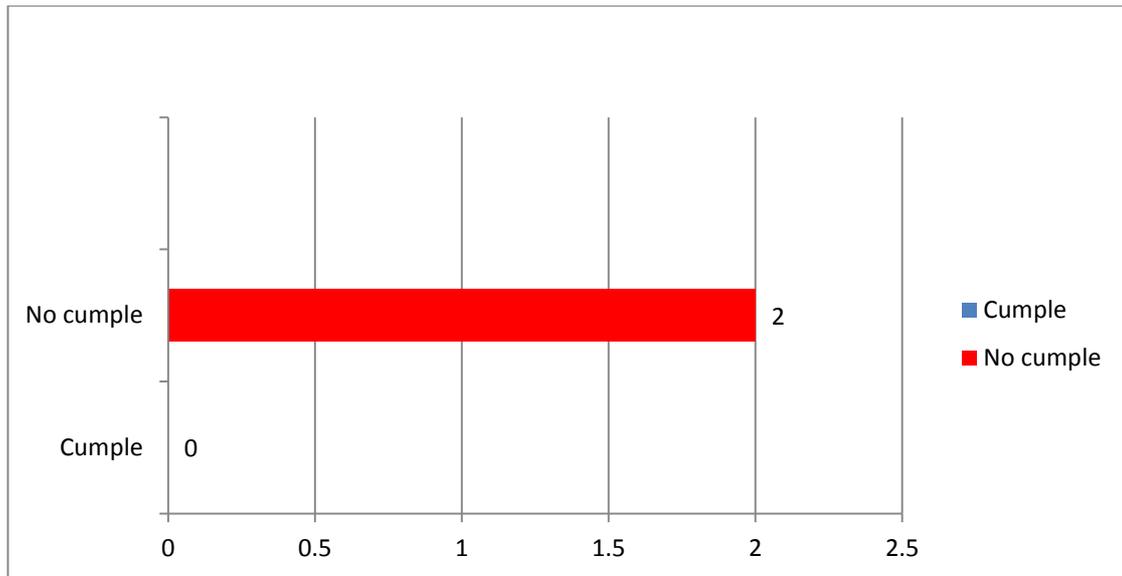


Figura 24: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a las oficinas del restaurante “El tío Sam”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 24, se aprecia los resultados con respecto al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en el área de oficina, la empresa no cuenta con una oficina administrativa y equipos e implementos necesarios.

4.1.4. Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017

A continuación, se presenta los resultados de la evaluación del restaurante “El Tío Sam” sobre los estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión del servicio.

Tabla 04: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Recepción de insumos	2	1	3	1,6%	0,9%	2,5 %
Almacenamiento de insumos	6	4	10	5,2%	3,5%	8,7 %
Apertura del centro de producción	3	0	3	2,6%	0,0%	2,6 %
Pre alistamiento de insumos	6	0	6	5,2%	0,0%	5,2 %
Producción de platos	12	3	15	10,5%	2,6%	13,1 %
Montaje del comedor	11	0	11	9,7%	0,0%	9,7 %
Reservas	5	0	5	4,4%	0,0%	4,4 %
Atención del comedor	27	8	35	23,7%	7,0%	30,7 %
Servicio de bar	4	4	8	3,5%	3,5%	7,0 %
Cierre del comedor	6	1	7	5,6%	0,9%	6,5 %
Cierre del centro de producción	4	1	5	3,5%	0,9%	4,4 %
Mantenimiento	1	1	2	0,9%	0,9%	1,8 %
Limpieza y desinfección	1	3	4	0,9%	2,6%	3,5 %
TOTAL	88	26	114	77,3%	22,8%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 04 tenemos los resultados sobre el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en la gestión del servicio, se han evaluado un total de 114 estándares distribuidos en 13 sub dimensiones: recepción de insumos, almacenamiento de insumos, apertura del centro de producción, pre alistamiento de insumos, producción de platos, montaje del comedor, reservas, atención del comedor, servicio de bar, cierre del comedor, cierre del centro de producción, mantenimiento y limpieza y desinfección. De los 114 estándares evaluados el restaurante cumple con 88 (77,3 %).

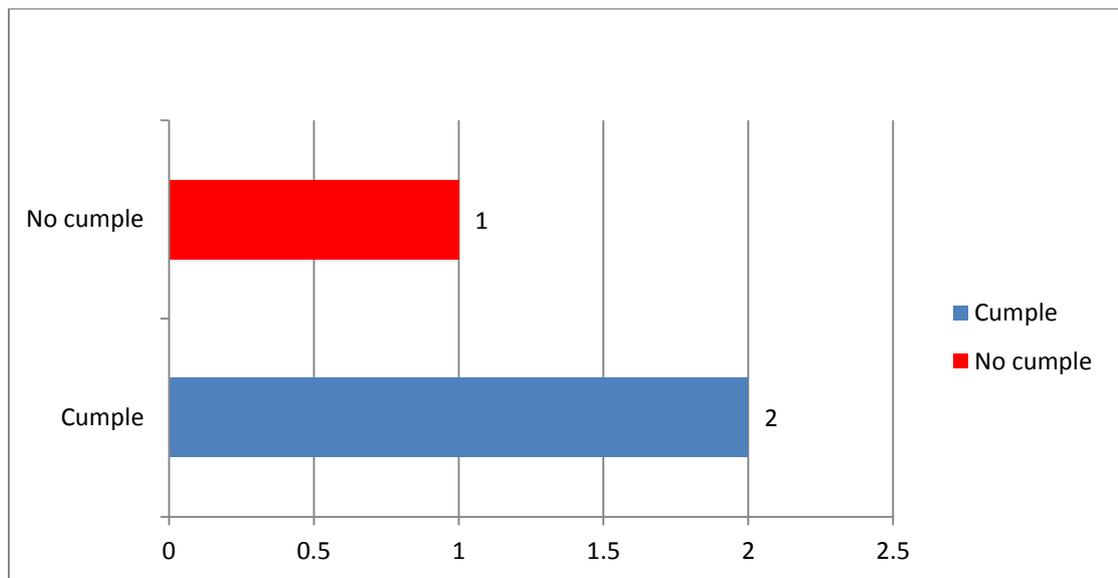


Figura 25: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a recepción de insumos del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 25, se muestran los resultados en cuanto a recepción de insumos, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple con 2, ya que la recepción de insumos se hace en las primeras horas de la mañana y además verifica el olor, la textura, color, temperatura y apariencia general de los insumos, por otro lado la empresa no dispone de un ambiente adecuado para la recepción de insumos.

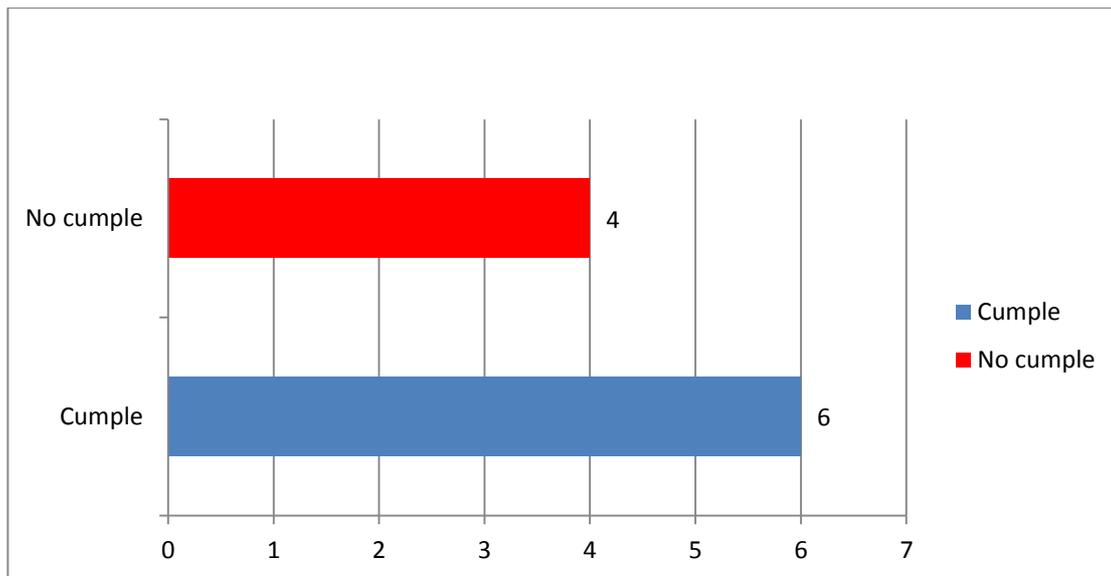


Figura 26: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a almacenamiento de insumos del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 26, se muestran los resultados en cuanto a almacenamiento de insumos, de los 10 estándares evaluados la empresa cumple 6 estándares debido a que los insumos son depositados en recipientes de conservación específico para cada alimento, así mismo se respeta el principio de primer ingreso y primer salida; los alimentos en polvo o granos se almacenan en recipientes que los protejan de la contaminación y perfectamente etiquetados e identificados; por otro lado alimentos están ordenados de acuerdo a su fecha de llegada, los pescados y mariscos, carnes y pollo se almacenan en depósitos con tapa; la empresa cumple en controlar permanentemente la temperatura y el buen funcionamiento de la refrigeración. Dentro de los estándares que no cumple se observó que la empresa no cuenta con un sistema de almacenamiento pre determinado, de la misma manera no almacena las frutas y verduras a temperaturas de 7°C y 12°C y no mantiene los pescados y mariscos refrigerados entre los 0°C y 5°C.

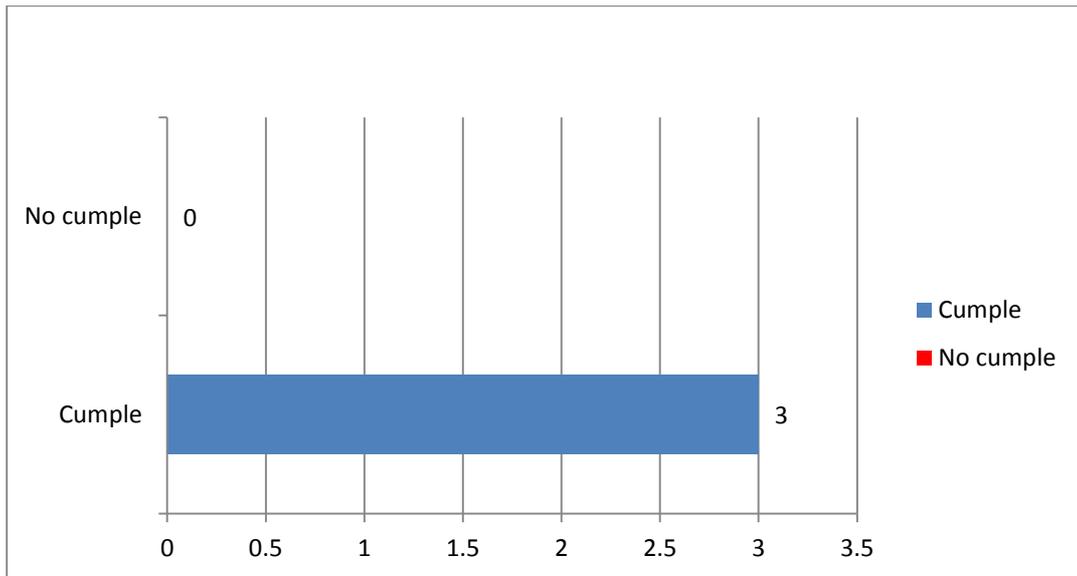


Figura 27: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a apertura del centro de producción del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 27, se aprecian los resultados en cuanto a apertura del centro de producción, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple en su totalidad con todos ellos, ya que lleva a cabo un control del estado de equipos, utensilios y materiales de trabajo empleando un check list antes de iniciar las operaciones, realiza un control del inventario de los insumos en stock; además realiza el control sanitario de presentación del personal de producción empleando un check list antes de iniciar las operaciones.

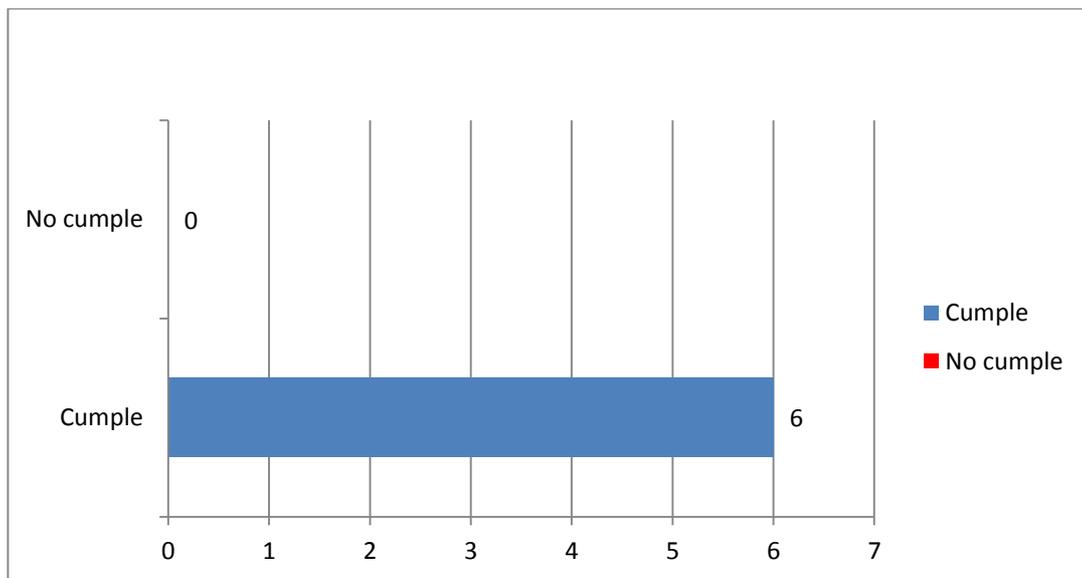


Figura 28: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a pre alistamiento de insumos del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 28, se aprecian los resultados en cuanto a pre alistamiento de insumos, de los 6 estándares evaluados la empresa cumple en su totalidad con todos ellos, debido a que los vegetales, frutas y carnes son lavados antes de su uso con agua potable; posteriormente se procede a la desinfección empleando cloro (10 gotas de cloro por cada litro de agua) dejando reposar durante 10 minutos (verduras y frutas) y 5 minutos (pescado) se concluye enjuagando con agua potable, para el cortado y pelado se emplean utensilios (cuchillo, tabla de picar, etc.) exclusivos para cada tipo de producto; después del pelado y cortado se debe lavar cuidadosamente el sitio de trabajo; también cuentan con un criterio de elaboración y almacenamiento de productos de pre alistamiento elaborados y además cumple con un proceso de envasado y etiquetado de porciones.

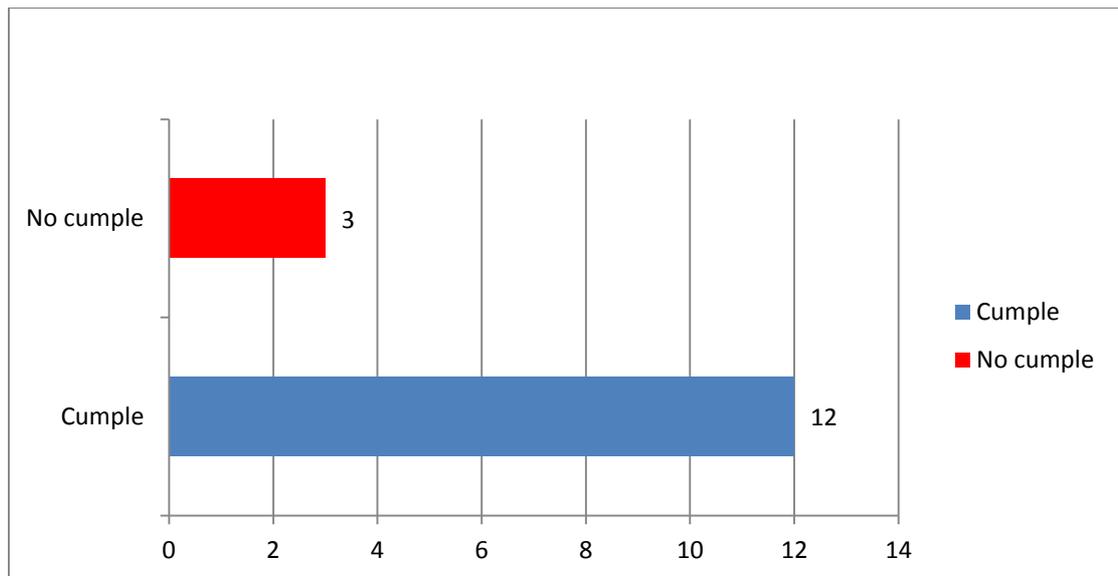


Figura 29: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a producción de platos del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 29, se observa los resultados en cuanto a producción de platos, de los 15 estándares evaluados la empresa cumple con 12 estándares debido a que planifica periódicamente la oferta gastronómica; cuenta con un sistema de producción pre determinado, organizado y claramente establecido; el personal dispone de un uniforme completo y en buenas condiciones; por otro lado la empresa tiene en cuenta que los insumos congelados deben ser descongelados a temperatura ambiente; a su vez la empresa emplea utensilios apropiados para probar los alimentos; de otro lado las ordenes de pedido se despachan ni bien estén listas; el personal tiene rápida capacidad de producción y además conoce el funcionamiento de los equipos; cabe señalar que el personal presta atención y cuidado a la preparación y decoración de platos; en cuanto a la sección de producción esta área se mantiene limpia y ordenada mientras que los equipos y superficies en contacto con los alimentos se limpian, lavan y desinfectan después de cada uso. Dentro de los estándares que no cumple se observó que la empresa no cuenta con recetas estándar para la elaboración de los platos; así mismo el personal encargado del área de producción no aplica recetas para la elaboración de platos; por otro lado, el personal considera que hay alimentos que no deberían ser tapados mientras son cocinados pero que si le brindan el debido cuidado para evitar la caída de algún material extraño.

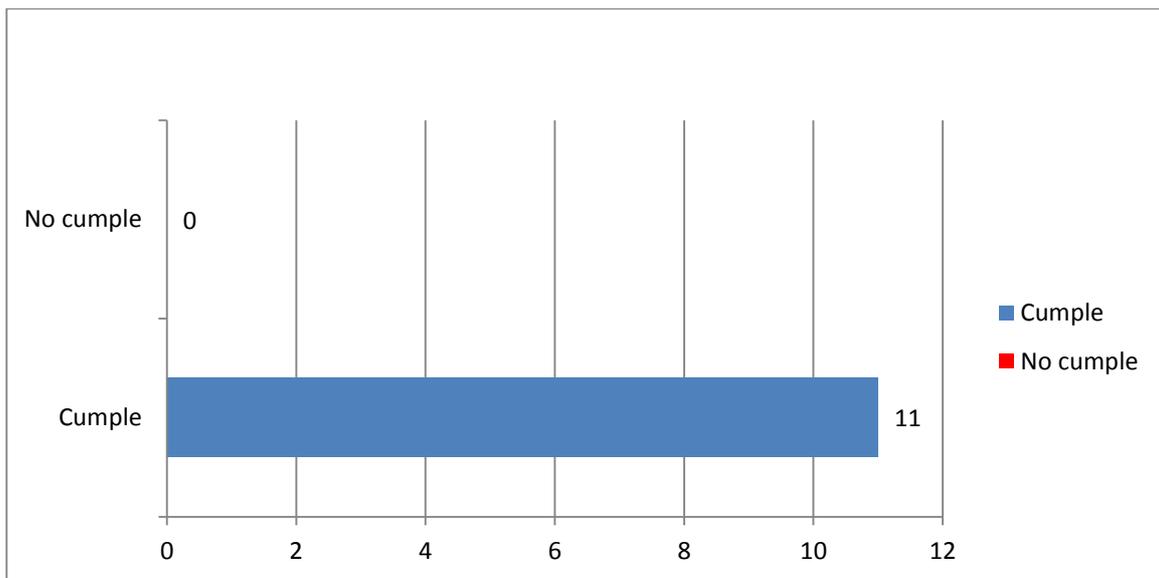


Figura 30: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a montaje de comedor del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 30, se observa los resultados del cumplimiento de estándares en cuanto a montaje de comedor, de los 11 estándares evaluados la empresa cumple con todos ellos debido a que cuenta con procedimientos pre- establecidos para la limpieza y sanitización de los ambientes y mobiliarios (salón, sala de estar, bar, servicios higiénicos, etc.); dentro de la empresa existe un orden de ubicación y distribución funcional de la cubertería, cristalería y menaje que facilite la operación. De la misma manera se lleva a cabo un control de inventario físico de menaje, cubertería y cristalería, se lleva a cabo la revisión de la presentación y aseo del personal empleando un check list. Los propietarios de la empresa brindan información clara y precisa al personal de servicio sobre las ofertas del día, reservas, etc. Dentro de la empresa existe un procedimiento establecido para el montaje a utilizarse en el servicio; por ello se efectúa el montaje de mesas considerando el tipo de servicio y categoría del establecimiento; además la empresa cumple con asignar las mesas en caso de reservas; en donde el personal se encarga de colocar las cucharas y cuchillo en el lado derecho, el cuchillo con el filo hacia dentro los tenedores al lado izquierdo, colocan la cantidad de servilletas necesarias; por otro lado existe un control de los ambientes del comedor, mobiliario y equipos por parte del personal de servicio, antes de la apertura del establecimiento, empleando un check list.

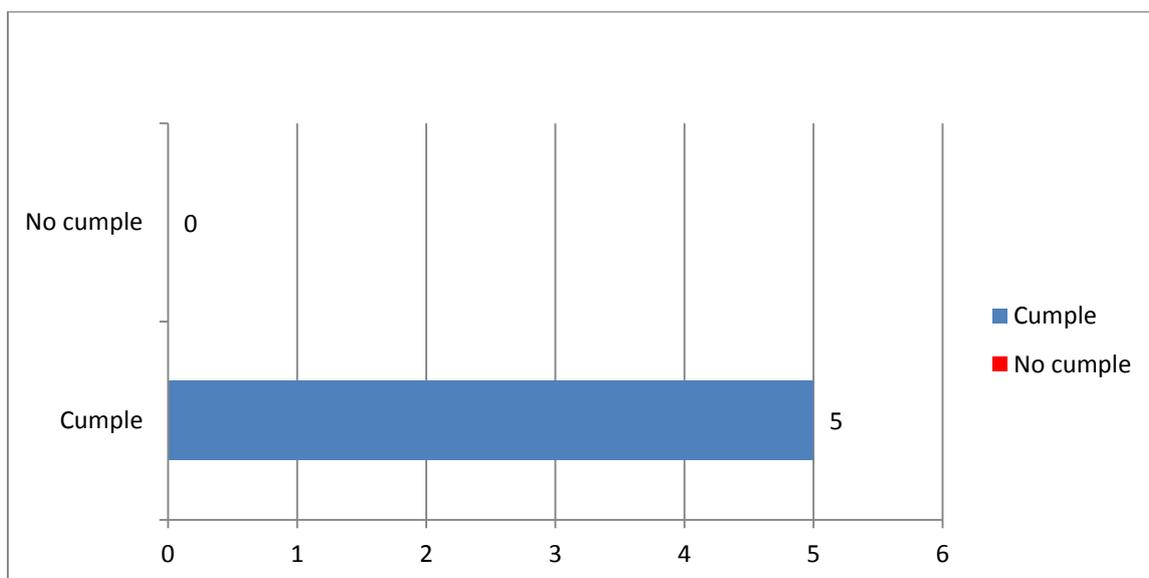


Figura 31: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a reservas del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 31, se muestran los resultados del cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a reservas, de los 5 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares debido a que cuenta procedimientos para la toma de reserva; dispone de un registro para las reservas; la empresa dispone de políticas claras para las reservas; así mismo las políticas y el procedimiento para la toma de reservas son conocidas por el personal quien se encarga de informar al cliente las condiciones de reserva.

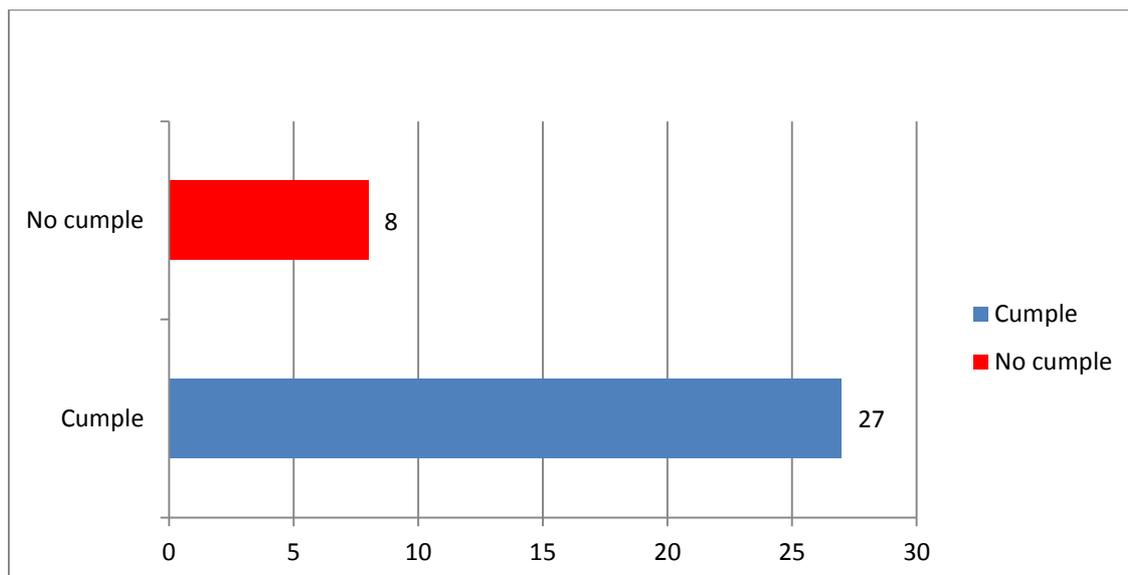


Figura 32: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a atención del comedor del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 32, se aprecian los resultados del cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a atención del comedor, de los 35 estándares evaluados la empresa cumple con 27 estándares debido a que dentro de la empresa se mantiene una reunión de servicio con el personal antes del inicio de la atención; a su vez la empresa ha definido el procedimiento para el recibimiento y atención del cliente en el cual saluda a los clientes con amabilidad, estableciendo contacto visual y sonriendo; el personal de servicio conduce y ubica a los clientes hasta la mesa más apropiada a sus necesidades y los ayuda a sentarse; posteriormente el personal de servicio entrega la carta primero a las damas, luego a los caballeros mayores y finalmente a los jóvenes, por otro lado el personal de servicio conoce y describe las características de los elementos de la oferta gastronómica; emplea comandas para la toma de pedidos, en la cual indica la distribución y numeración de los comensales y los platos solicitados por cada uno, incluyendo especificaciones; el personal repite de forma clara el pedido, la cantidad y especificaciones para la conformidad de los clientes; por otro lado el personal retira las cartas y sirve el aperitivo; lo sirve de forma ordenada y exacta colocando los platos por el lado derecho, sirviendo primero a las mujeres y hombres mayores; los platos son servidos en el tiempo establecido y servidos a la temperatura adecuada; para una mejor entrega el personal mantiene los dedos en el borde del plato para evitar tocar los alimentos; empleando la bandeja para llevar y servir las bebidas en la mesa; mantiene la bandeja en la mano izquierda, mientras sirve con la mano derecha y

por la derecha al cliente; de la misma manera el personal coge los vasos por la base; al igual que coge los cubiertos por el mango; el personal de servicio sirve moviéndose alrededor de la mesa, evitando cruzar con los clientes; durante el servicio el personal se encarga de que todo este conforme y averigua si los clientes necesitan algo más ; manteniéndose atento a las necesidades de los clientes; si existiera una queja por parte de los clientes, el personal muestra interés y se lo comunica al administrador; por otro lado el personal retira los platos cuando todos han terminado de comer, seguidamente el personal de servicio presenta la cuenta a solicitud del cliente, en un plazo máximo de 5 minutos posterior a haber sido solicitada; el personal de servicio comprueba la exactitud del comprobante de pago antes de su entrega al cliente; presentando la cuenta cara abajo y en una bandejita limpia; al finalizar el servicio el personal desmonta las mesas, respetando las normas de seguridad y sanidad en la manipulación de cristalería, cubertería y mantelería. Dentro de los estándares que no cumple se observó que el personal de la empresa no tiene conocimiento que la carta se abre y entrega por la mano derecha; el personal de servicio no cumple con dirigir al cliente empleando su nombre; de la misma manera no cumple con brindar sugerencias a los clientes con respecto a la selección de platos; cabe señalar que el personal de servicio no se mantiene a una distancia prudente para la toma de pedidos y se para derecho, apoyando la comanda en su mano; por otro lado el personal no cumple con servir a todos los comensales al mismo tiempo, lo realiza por orden de llegada; el personal toma en cuenta que el tiempo trascurrido entre el servicio de un plato y el otro no excede los 10 minutos; por otro lado el personal no aplica la comunicación verbal para verificar la satisfacción del cliente; de la misma manera el personal no muestra interés por agradecer amablemente a los clientes, no los ayuda con la silla, y no los invita a regresar; en cuanto al montaje de mesas el personal no procede de acuerdo a las normas establecidas.

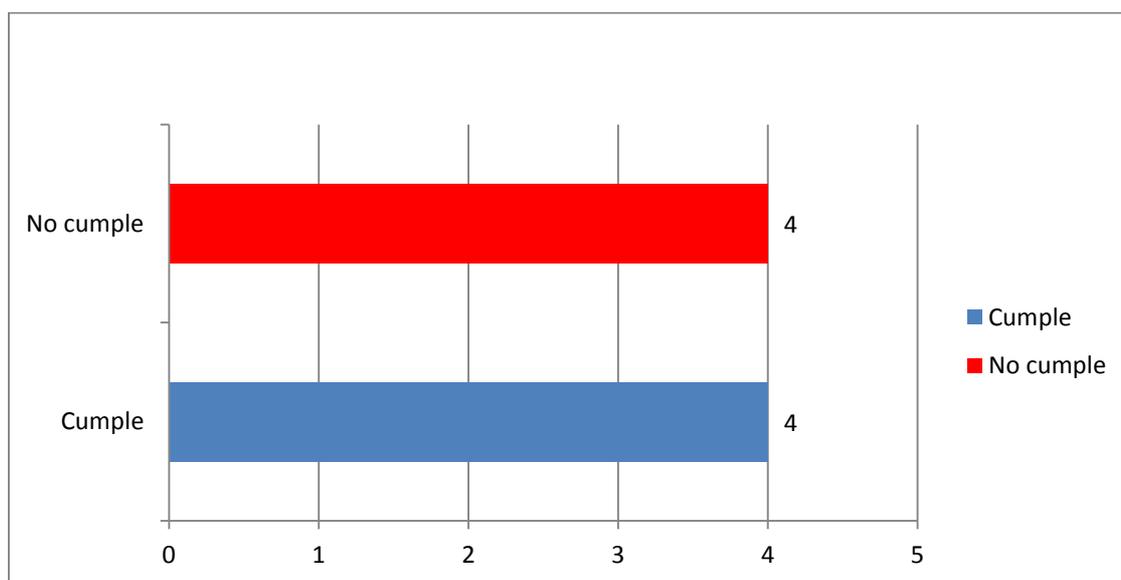


Figura 33: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a servicio de bar del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 33, se muestran los resultados del cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al servicio de bar, de los 8 estándares evaluados la empresa cumple con 4 debido a que existe un par de stock de botellas de bebidas en la barra; el personal cuenta con uniforme apropiado y en buenas condiciones; por otro lado, la empresa emplea de forma adecuada cada uno de sus implementos y utensilios; así mismo emplea cristalería adecuada para cada tipo de bebidas. Dentro de los estándares que la empresa no cumple observamos que no cuenta con un inventario impreso; la empresa no cuenta con un montaje pre establecido para las baterías y displays de la barra; además no dispone de recetas estándar de las bebidas, la que incluye la presentación de las mismas; de igual manera el personal no emplea recetas estándar para la preparación de las bebidas.

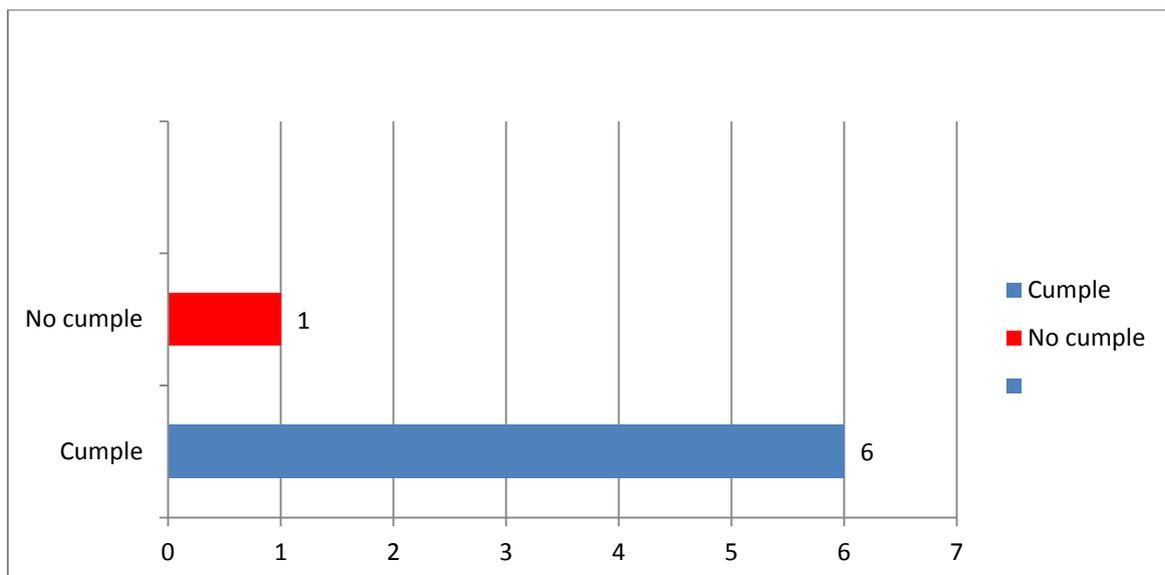


Figura 34: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a cierre de comedor del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 34, se muestran los resultados sobre cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a cierre de comedor, de los 7 estándares evaluados la empresa cumple 6 debido a que el personal de la empresa cuenta con los equipos y materiales necesarios para hacer la limpieza del comedor; el personal de la empresa se encarga de reponer los implementos faltantes en el comedor; además realiza el montaje de mesas, mostradores y exhibidores; por otro lado el personal se encarga de realizar la limpieza y desinfección del mobiliario; lleva a cabo el control de cierre de comedor empleando un check list y elabora un reporte de ocurrencias. La empresa no cumple con apagar los equipos eléctricos ya que consideran que al realizar esta función corren el riesgo de que algunos insumos puedan descomponerse.

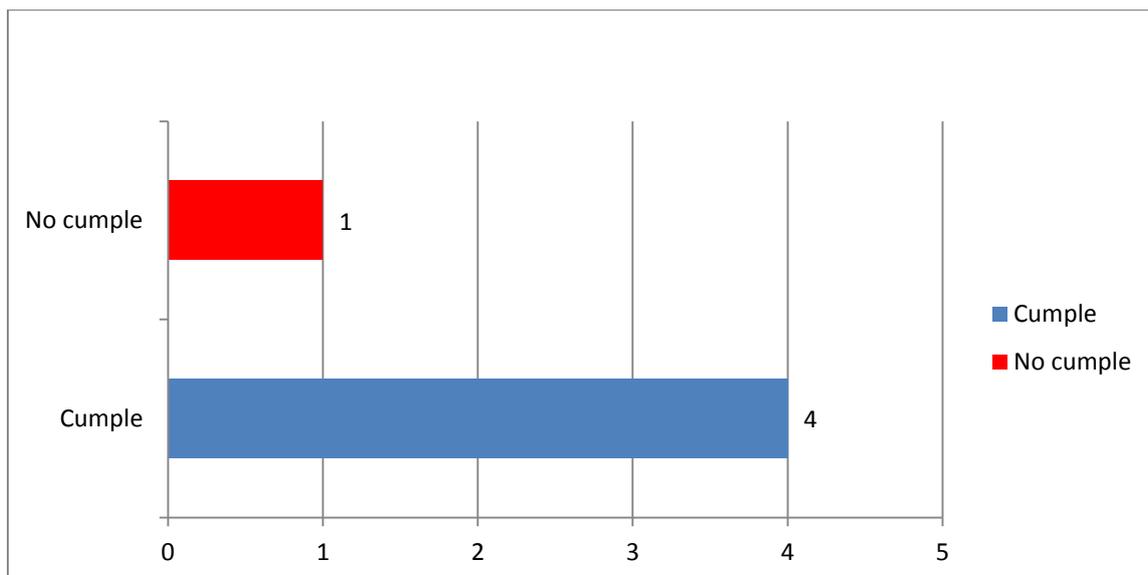


Figura 35: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a cierre del centro de producción del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 35, se muestran los resultados sobre cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a cierre del centro de producción, de los 5 estándares evaluados la empresa cumple con 4 debido a que los equipos se lavan desmontando las partes removibles; los productos sobrantes se guardan en envases apropiados; por otro lado el personal realiza la limpieza y ordena la batería y utensilios de cocina en cada sección; al terminar con el uso de utensilios el personal deja todo el centro de producción ordenado y sanitizado. Por otro lado, el restaurante no cumple con 1 estándar, aya que no dispone de un formato de control de bajas y productos malogrados.

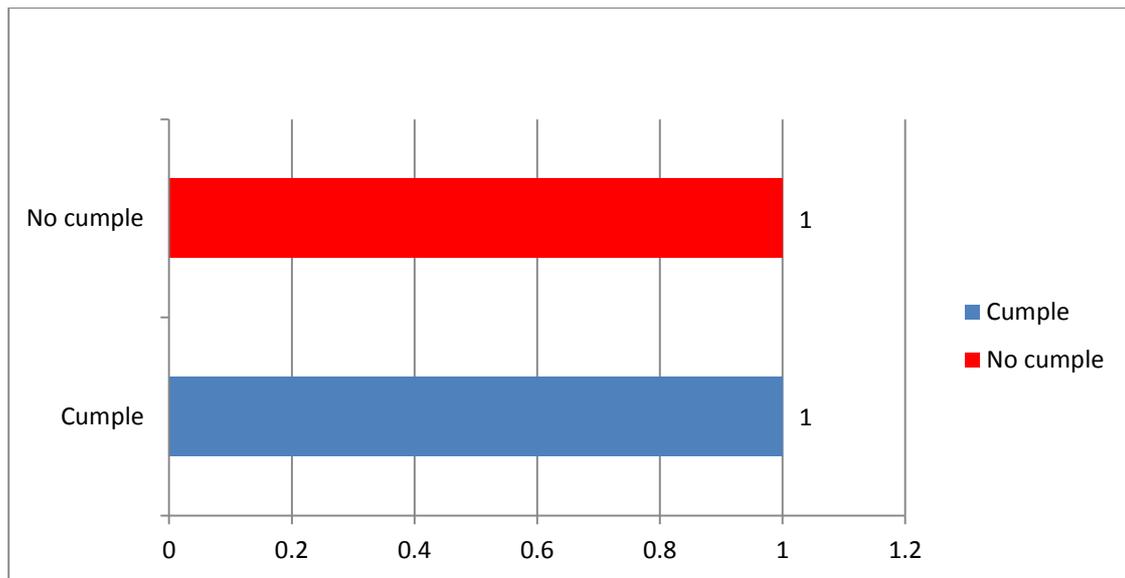


Figura 36: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a mantenimiento del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 36, se aprecian los resultados sobre cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al mantenimiento, de los 2 estándares evaluados la empresa cumple con 1, ya que cuenta con un plan de mantenimiento preventivo en las instalaciones y equipamientos; por otro lado, la empresa no cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo.

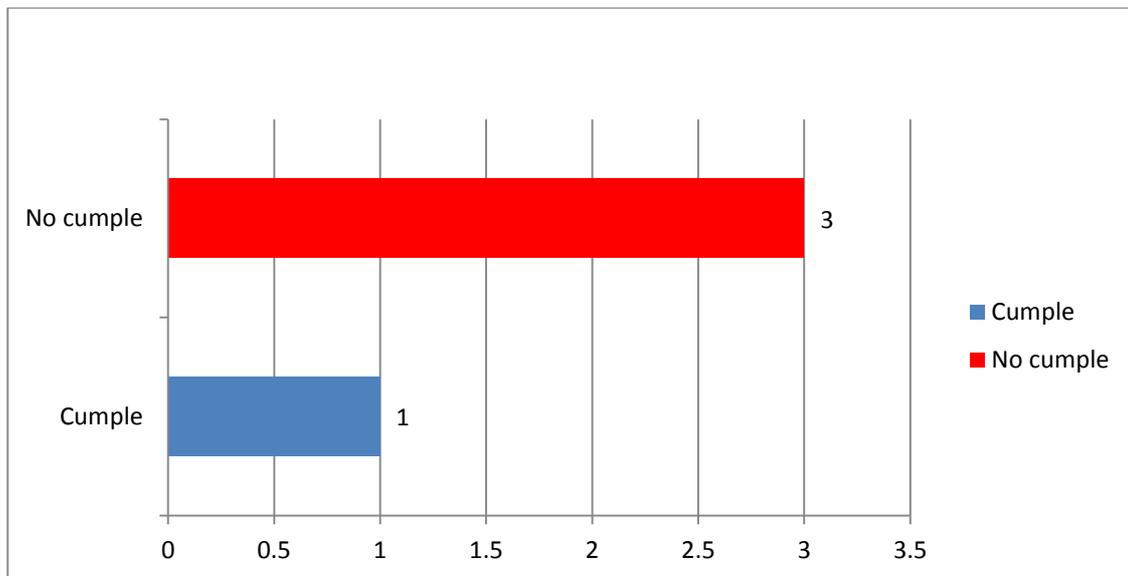


Figura 37: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a limpieza y desinfección del restaurante “El tío Sam”

Fuente: Tabla 04

En la Figura 37, se muestran los resultados del cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a limpieza y desinfección, de los 4 estándares evaluados la empresa cumple con 1 debido a que solo cuenta con un plan de limpieza y desinfección. De los estándares que no cumple se obtuvo que no dispone de procedimientos de saneamiento para gestionar la limpieza y desinfección de las instalaciones y equipamiento, no cuenta con un plan de manejo integral de plagas; por otro lado, la empresa no cuenta con un espacio independiente y señalizado para el almacenamiento de productos y equipos de limpieza y desinfección, debidamente identificadas.

4.1.5. Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión medio ambiental el restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017

A continuación, se presenta los resultados de la evaluación del restaurante “El Tío Sam” sobre los estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión medio ambiental.

Tabla 05: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión medio ambiental restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017.

Sub dimencion	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Uso del agua	3	2	5	12,5%	8,3%	20,8 %
Uso de la energía	6	2	8	25%	8,3%	33,5 %
Consumo de productos	3	4	7	12,5%	16,7%	28,0 %
Gestión de residuos	1	2	3	4,2%	8,3%	12,5 %
Adaptación al medio ambiente	1	0	1	4,2%	0,0%	4,2 %
TOTAL	14	10	24	58,4%	41,6%	100%

Fuente: Elaboracion propia.

En la Tabla 05 podemos apreciar los resultados de cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuento a la gestión medio ambiental, en la cual se han evaluado cun total de 24 estándares, los que se han distribuido en 5 sub dimensiones: uso del agua, uso de la energía, consume de productos, gestión de residuos y adaptación al medio ambiente.

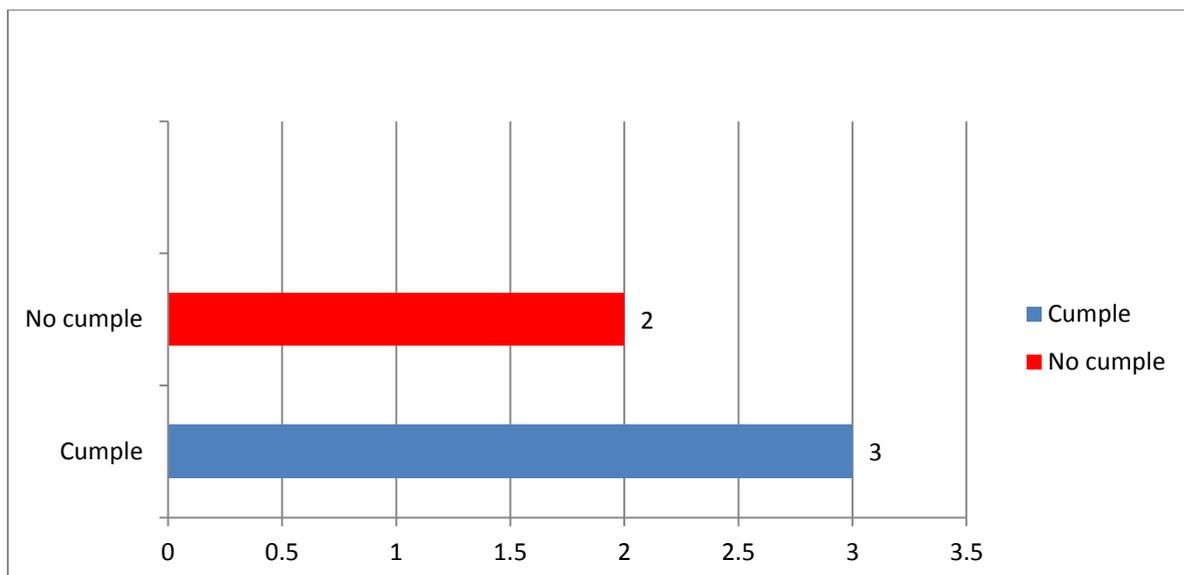


Figura 38: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al uso del agua del restaurante “El Tío Sam”

Fuente: Tabla 05

En la figura 38, se aprecian los resultados referidos a las Buenas Prácticas en cuanto al uso de agua de los 5 estándares evaluados la empresa cumple 3, debido a que lleva un control del uso de agua; lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua, así mismo la empresa cuenta con equipos que contribuyen el ahorro de agua. Dentro de los estándares que la empresa no cumple encontramos que la empresa no cuenta con programas para el uso eficiente de agua; a su vez la empresa no sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua.

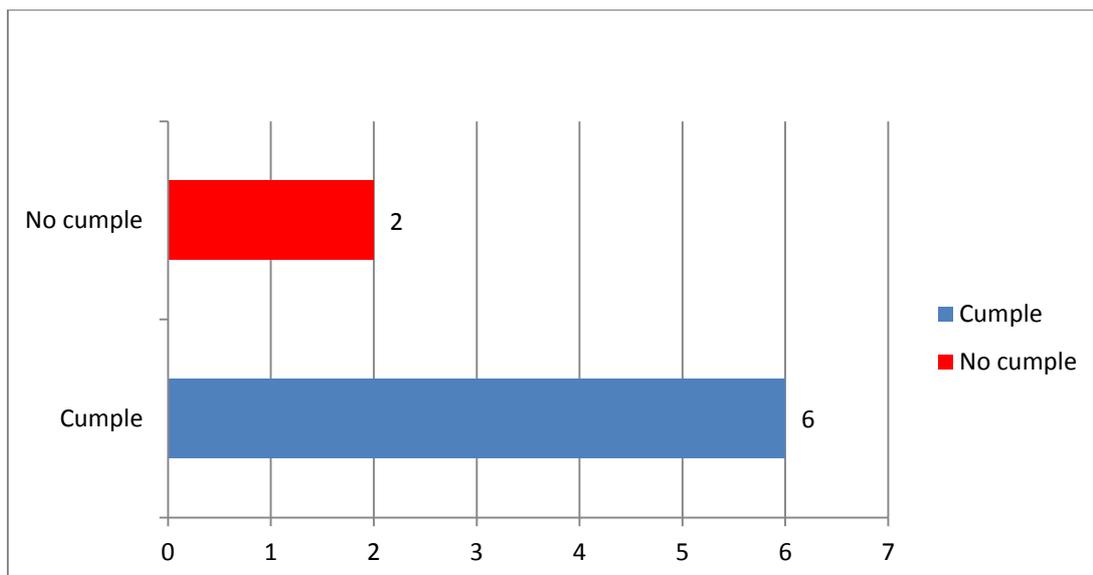


Figura 39: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al uso de la energía del restaurante “El Tío Sam”

Fuente: Tabla 05

En la figura 39, se aprecian los resultados referidos a las Buenas Prácticas en cuanto al uso de la energía de los 8 estándares evaluados la empresa cumple 6, debido a que la empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz natural, a su vez promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en uso; la empresa lleva un control de consumo de energía; utilizando focos ahorradores; así mismo la empresa cuenta con una buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización, también la empresa da un mantenimiento adecuado a los equipos eléctricos. De los estándares que no cumple se observó que la empresa no cuenta con programas para el uso eficiente de la energía; la empresa tampoco cuenta con interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar.

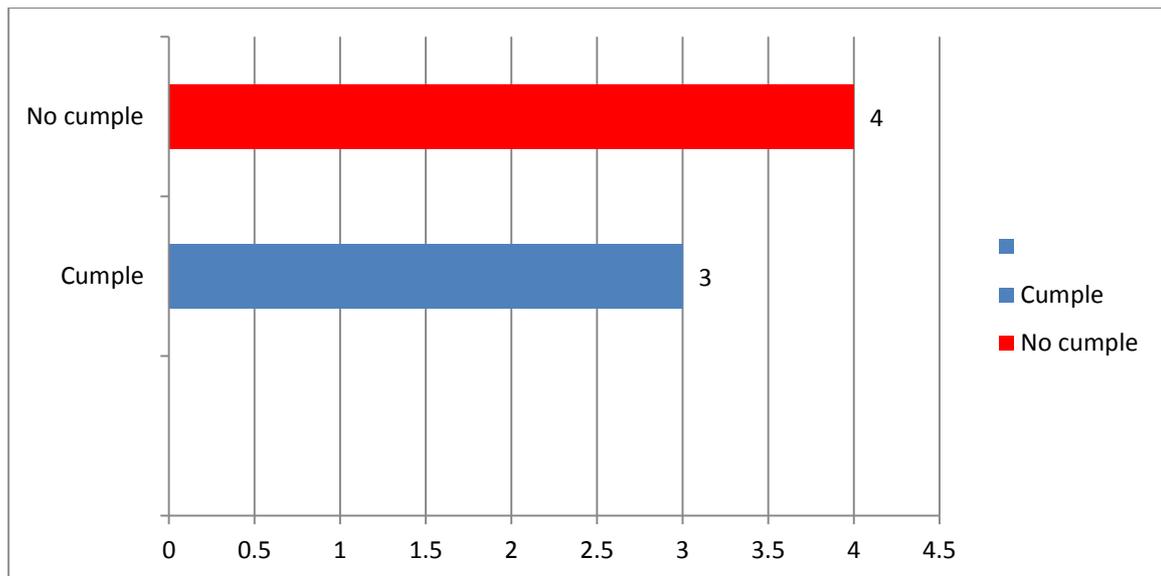


Figura 40: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al consumo de productos del restaurante “El Tío Sam”

Fuente: Tabla 05

En la figura 40, se aprecian los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en el consumo de productos, de los 7 estándares evaluados la empresa cumple con 3, debido a que la empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente; la empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos; así mismo contrata a proveedores que brindan productos respetuosos al medio ambiente. De los estándares que no cumple se observó que la empresa no compra productos en envases retornables, no imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado; por otro lado, la empresa no usa el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel.

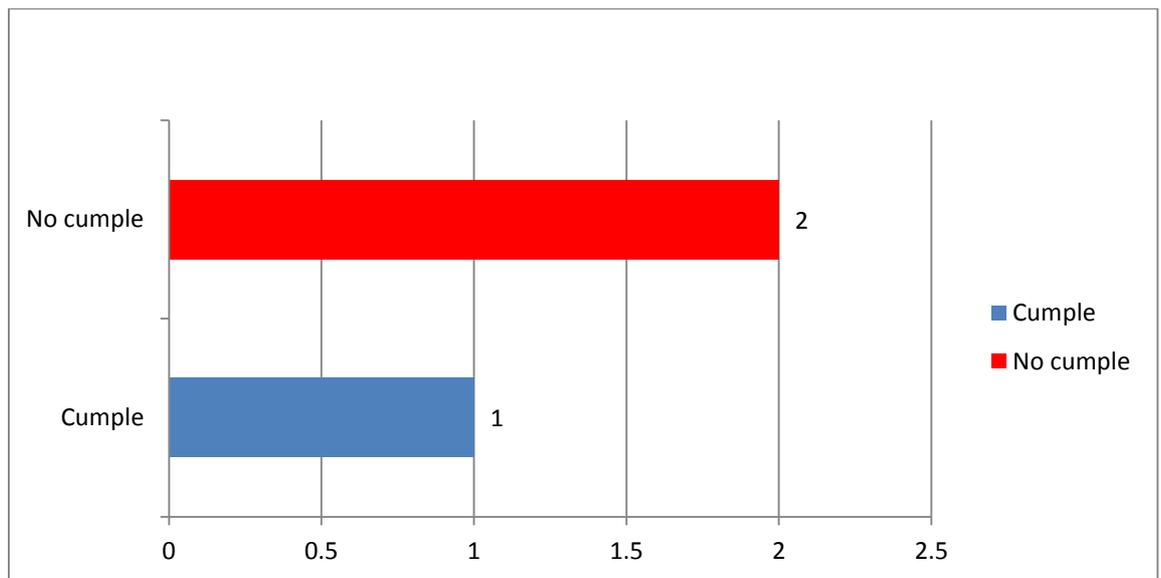


Figura 41: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a gestión de residuos del restaurante “El Tío Sam”

Fuente: Tabla 05

En la figura 41, se aprecian los resultados sobre el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a gestión de residuos, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple en mantener los contenedores de basura en condiciones higiénicas. De los estándares que no cumple se observó que la empresa no cuenta con un programa para la gestión de residuos; de la misma manera la empresa no sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos.

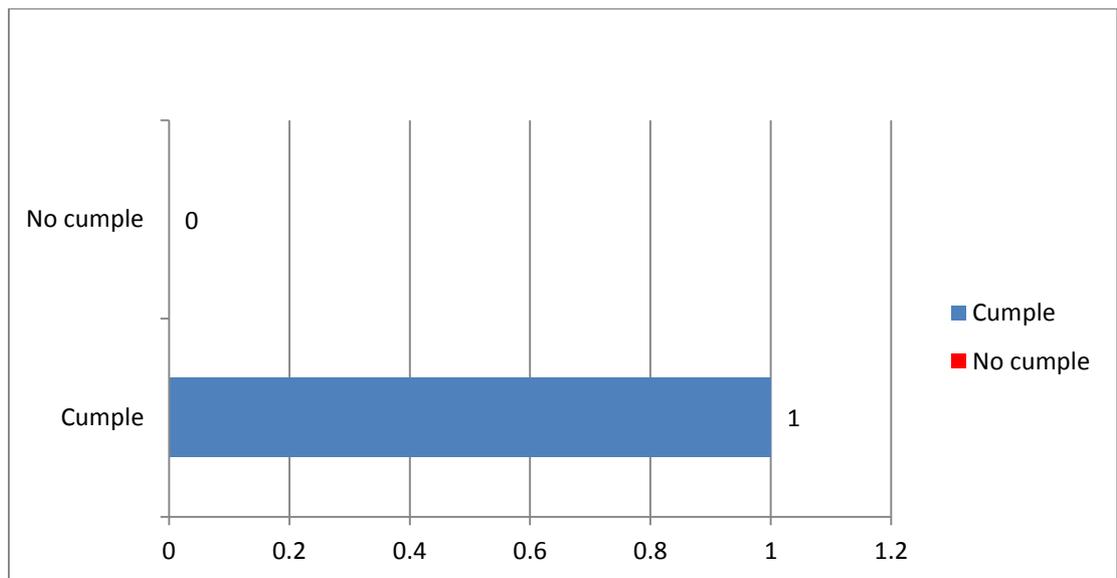


Figura 42: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la adaptación del medio del restaurante “El Tío Sam”

Fuente: Tabla 05

En la figura 42, se aprecia los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la adaptación del medio, se observó que se cumple con el estándar evaluado, debido a que la empresa cuenta con un diseño e infraestructura armoniosa con el paisaje.

4.1.6. Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en gestión sociocultural en el restaurante “El Tío Sam” en el año 2017

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de la evaluación de la gestión sociocultural en el restaurante “El Tío Sam”

Tabla 06: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a la gestión socio cultural en el restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017

Sub dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Apoyo a la cultura local	3	1	4	23%	7,7%	30,8 %
Apoyo a la comunidad local	4	5	9	30,8%	38,4%	69,2 %
TOTAL	7	6	13	53,8%	46,1%	100%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 06 se presentan los resultados sobre el cumplimiento de estándares en la gestión socio cultural, tenemos que en total se evaluaron 13 estándares distribuidos en 2 sub dimensiones: apoyo a la cultura local y apoyo a la comunidad local, cumpliendo con el 53,8% de estándares.

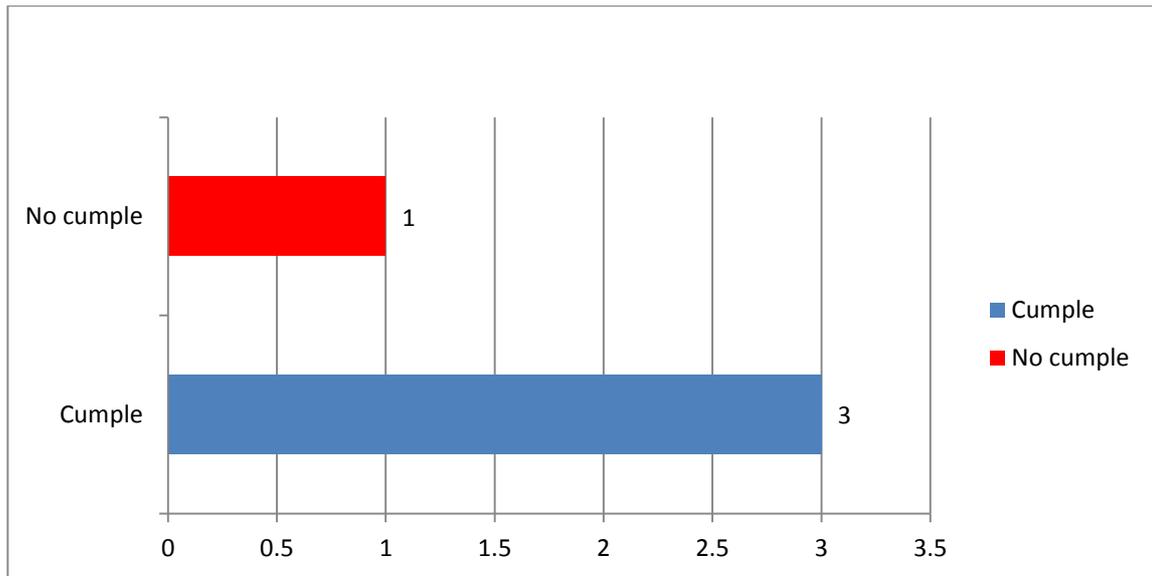


Figura 43: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al apoyo de la cultura local del restaurante “El Tío Sam”

Fuente: Tabla 06

En la figura 43, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto a apoyo de la cultura local, de los 4 estándares evaluados la empresa cumple con 3 debido a que difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad; por otro lado, la empresa no participa de las adquisiciones de bienes de patrimonio de procedencia ilegal; a su vez la empresa informa a los visitantes sobre la cultura local. Dentro de los estándares que la empresa no cumple observamos que no participa en iniciativas de apoyo a la cultura local.

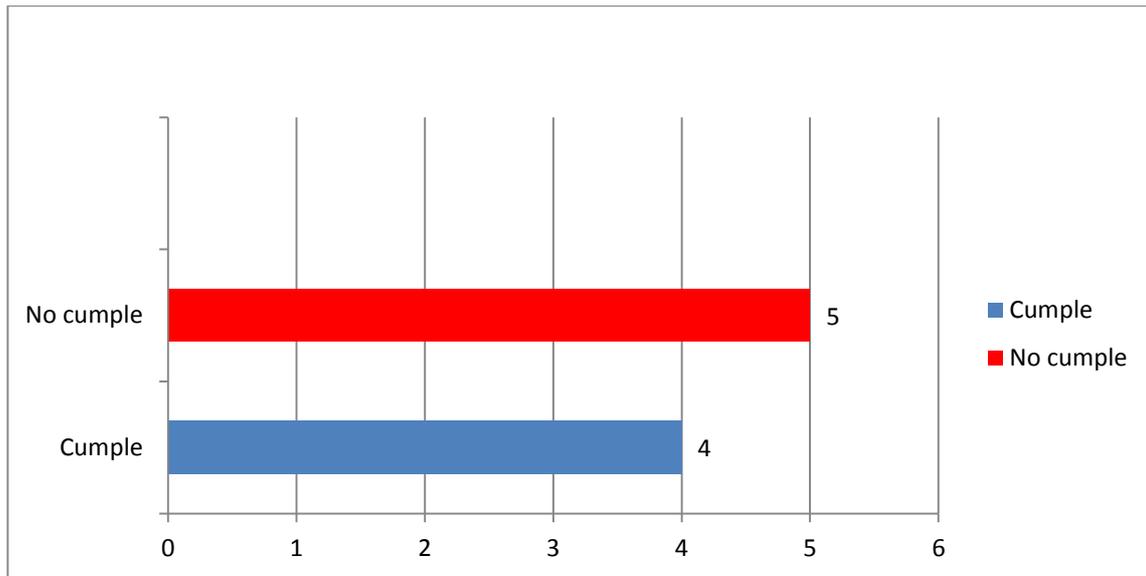


Figura 44: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local del restaurante “El Tío Sam”

Fuente: Tabla 06

En la figura 44, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local, de los 9 estándares evaluados la empresa cumple con 4, debido a que anima a sus clientes a consumir productos locales; provee empleo digno a los miembros de la comunidad; la empresa adquiere productos de proveedores locales e informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo. De los estándares que no cumple se observó que la empresa no dona productos usados o nuevos a la comunidad local; la empresa no difunde políticas en contra de la explotación sexual; por otro lado, la empresa no forma parte de gremios del sector turismo; tampoco participa de los procesos de planificación turística ni desarrolla programas de capacitación para la comunidad local.

4.1.7. Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017

Finalmente, la presente sección muestra los resultados generales respecto al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas del restaurante “El Tío Sam”

Tabla 07: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, en el año 2017.

Dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Gestión empresarial	44	12	56	16,8%	4,6%	21,4 %
Equipamiento e infraestructura	38	16	54	14,6%	6,1%	20,7 %
Gestión del servicio	88	26	114	33,7%	10%	43,7 %
Gestión medio ambiental	14	10	24	5,3%	3,8%	9,1 %
Gestión socio cultural	7	6	13	2,8%	2,3%	5,1%
TOTAL	191	70	261	73,2%	26,8%	100%

Fuente: Elaboracion propia

En la Tabla 07 podemos observar los resultados en lo que respecta al cumplimiento de estándares derivados en las Buenas Prácticas, tenemos que en total se evaluaron 261 estándares distribuidos en 5 dimensiones: gestión empresarial, equipamiento e infraestructura, gestión del servicio, gestión medio ambiental y gestión socio cultural. Los estándares de la gestión empresarial representan el 21,4% de estándares evaluados, los estándares de equipamiento e infraestructura el 20,7%; los estándares de gestión del servicio el 43,7%; los estándares de gestión medio ambiental representan el 9,1% de estándares evaluados y los de gestión socio cultural el 5,1% de estándares evaluados.

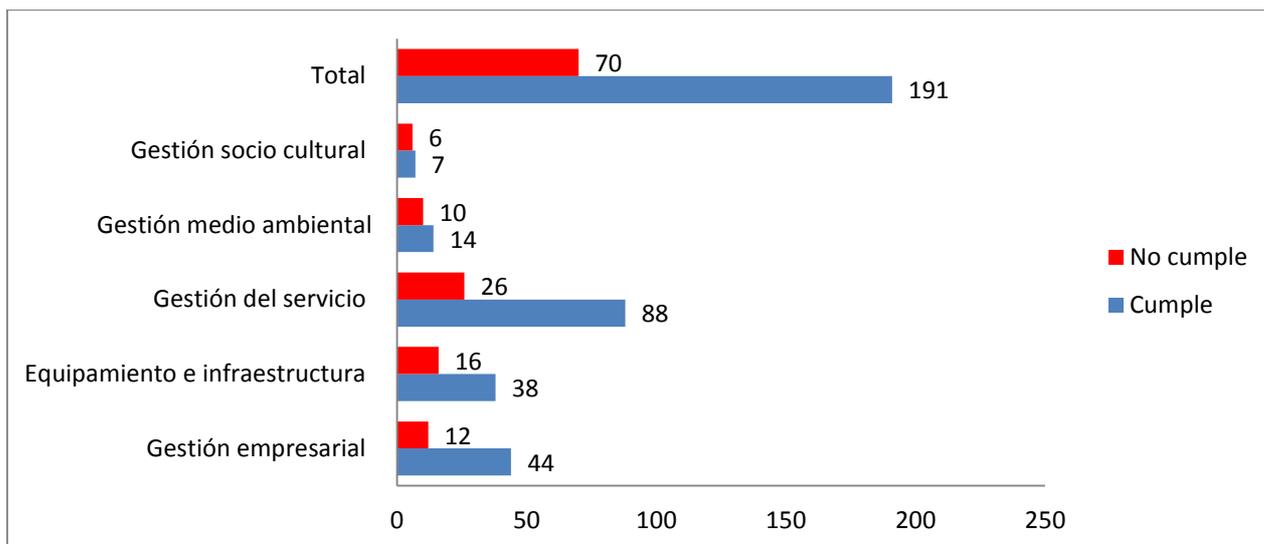


Figura 45: Cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en el restaurante “El Tío Sam” de Casma, 2017.

Fuente: Tabla 07.

En la Figura 45 sobre el cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas del restaurante “El Tío Sam” de Casma, tenemos que en la gestión empresarial se han cumplido 44 estándares y no se cumplieron con 12; en el equipamiento e infraestructura se cumplieron con 38 estándares y no se cumplieron con 16; en la gestión del servicio se cumplieron con 88 estándares y no se cumplieron con 26; en la gestión medio ambiental se cumplieron con 14 estándares y no se cumplieron con 10 estándares y en la gestión socio cultural se cumplieron con 7 y no se cumplieron con 6 estándares.

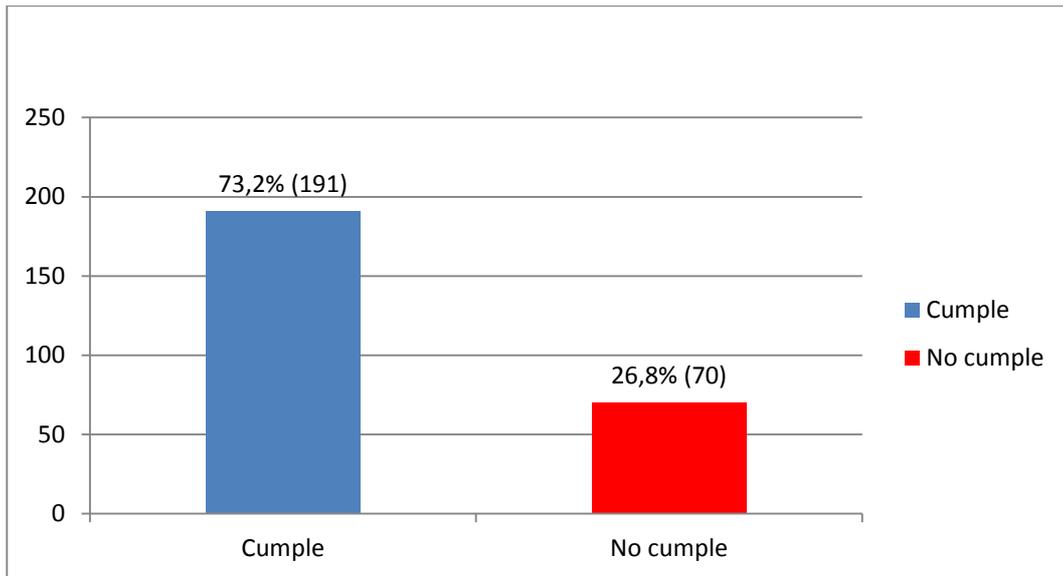


Figura 46: Cumplimiento general de los estándares derivados de las Buenas Prácticas en el restaurante “El Tío Sam” de Casma 2017.

Fuente: Tabla 07.

En la Figura 46 presentan los resultados de las cinco dimensiones evaluadas en el restaurante “El Tío Sam”, se aprecia que, de los 261 estándares evaluados, la empresa cumple con 191, es decir, cumple con un 73,2% del total de los estándares, y no cumple con 70 estándares, lo cual representa el 26,8%.

4.2. Análisis de resultados

La investigación ha tenido como objetivo evaluar la calidad del servicio del restaurante “El Tío Sam” de Casma en el año 2017, utilizando estándares derivados de las Buenas Prácticas, a continuación, se presenta la discusión de los resultados.

El restaurante “El Tío Sam” es una micro empresa conformada por 7 personas encargadas de la administración, la producción y de la atención al cliente. La Ley de Promoción de la micro y pequeña empresa (2013) indica que los restaurantes según su tamaño pueden ser grandes, medianos, pequeñas y micro empresas; en el Perú la mayor parte de las empresas dedicadas al rubro de la restauración son MYPE (micro y pequeña empresa), siendo un factor importante en el desarrollo local, debido a que generan empleo y el consumo de bienes y servicios.

La oferta gastronómica del restaurante “El Tío Sam” comprende una variedad de desayunos, menús y platos típicos de la localidad, con precios accesibles para el público. Mincetur (2008), considera que un restaurante es un establecimiento donde se preparan y se sirven comidas según un menú o a la carta, a precios definidos por el establecimiento. Hoy en día, un restaurante puede ser tanto un lujoso espacio que sigue ciertas reglas de protocolo, como también un espacio más relajado y accesible en términos de precio donde tanto la atención como la comida son simples pero satisficentes. Por otro lado, la Secretaria de Turismo de Argentina – Sectur (2008) manifiesta que un restaurante es un establecimiento donde se vende comida para ser consumida en el mismo lugar, tanto elaborado en el establecimiento como producido por terceros. Un restaurante no solo trata de la preparación de alimentos, sino que se debe distinguir además por su excelente sazón, gran atención, distinción y gusto en el salón y un personal atento a satisfacer al cliente

El restaurante tiene la misión de Satisfacer las necesidades gastronómicas de los clientes, ofreciendo alimentos y servicios de calidad, donde cumplan las expectativas. Al respecto Martín (2004) considera que la calidad es el grado de acercamiento entre las características deseadas y esperadas en un producto o servicio y las características realmente logradas en él. La calidad percibida del servicio es el resultado de un proceso de evaluación, en el cual los clientes comparan sus percepciones de la prestación del servicio recibido con lo que ellos esperaban del mismo. A su vez, Crosby (1987) define la calidad como el cumplir

con los requisitos que deben definirse con claridad de modo que no puedan malinterpretarse. El no cumplir con los requisitos significa ausencia de calidad. Los problemas de calidad se convierten en problemas de incumplimiento con los requisitos, y entonces podemos ya definir la calidad. Por ello las empresas deben conocer cuáles son las necesidades de sus clientes y hacer lo necesario para satisfacerlas.

La presente investigación se ha orientado a evaluar la calidad del servicio de restaurante “El Tío Sam” de Casma, para lo cual se han empleado estándares de Buenas Prácticas. Mincetur (2012) considera que el proceso de evaluación es el proceso de valoración del nivel de aplicación de las Buenas Prácticas, teniendo como finalidad acreditar si la empresa está aplicando los procedimientos, conocimientos y valores como Buenas Prácticas de las empresas en turismo; de esta manera cuenta con un carácter selectivo ya que permite calificar el desempeño de la empresa turística para otorgarles un reconocimiento por la calidad de los servicios que presta.

En cuanto a la gestión empresarial se han evaluado un total de 56 estándares referentes a planificación, organización, gestión de calidad, gestión de recursos humanos, gestión de suministros y proveedores, gestión de seguridad, gestión financiera y contable y gestión de comunicación y marketing. Encontramos que el restaurante “El Tío Sam” cumple con 42 estándares que representan el 75,00 %, siendo las sub dimensiones que presentan mejores resultados la gestión de recursos humanos y la gestión de comunicación y marketing.

Los resultados del restaurante “El Tío Sam” coinciden con los obtenidos por Medina (2015) quien determinó un cumplimiento de 40 estándares, es decir con el 69,61%. Por otro lado Moreno (2014) y Tori (2014) reportaron un cumplimiento de 53,65%; y 46,5% respectivamente. En los antecedentes también se han identificado empresas que tienen un cumplimiento menor al de la investigación, Samanamud (2014) determinó un cumplimiento del 30,00%. Al respecto Rainforest Alliance (s.f.) considera que la administración es importante para la organización de las empresas y gestiona los recursos, procesos y resultados de sus actividades. Si las personas responsables de la empresa no saben administrarla, no se obtendrán los resultados deseados. Podemos mencionar que la gestión empresarial en un restaurante es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un negocio debido a que de ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio o empresa.

En cuanto a equipamiento e infraestructura se han evaluado 54 estándares, de los cuales el restaurante cumple con 38 estándares que representan el 70,2%, las sub dimensiones que se han considerado son exterior, cocina, almacén, comedor, servicios higiénicos, área de personal y oficinas. En la mayoría de estándares se ha observado un buen nivel de cumplimiento; si embargo se ha podido observar que, en cuanto al almacén, área del personal y oficinas no existe cumplimiento debido a que la empresa no cuenta con estas áreas. Los resultados coinciden con los obtenidos por Vidal (2016) quien reporta un 72,15%, por otro lado hay empresas que han reportado un mayor cumplimiento de estándares como Mediana (2015), Fernández (2014) y Tori (2014) quienes reportaron un cumplimiento de 74,5%, 74% y 85,2% respectivamente. Rainforest Alliance (2006) considera que la infraestructura efectiva aprovecha los recursos naturales y culturales de la zona, ayuda a ahorrar y a no hacer daño al ambiente. Una empresa responsable debe saber entonces que la infraestructura es parte fundamental de su cadena de valor y su desatención puede traer un impacto negativo que se podrá prolongar hasta la desaparición de la empresa misma.

Es fundamental que el equipamiento e infraestructura de un restaurante se encuentren en excelentes condiciones, ya que en gran parte depende de ello la imagen que los clientes perciban, por ello los propietarios de las empresas deben trabajar en la prestación del servicio en ambientes cómodos y acogedores para así garantizar un servicio de calidad.

Para un restaurante turístico, un factor importante es el servicio puesto que es un elemento intangible y la evaluación ha contribuido en la medición del mismo. En el restaurante “El Tío Sam” se evaluó la sub dimensión de gestión del servicio, en la cual se determinó que de los 114 estándares evaluados el restaurante cumple con 88 estándares que representan el 77,3%, lo cual es bastante positivo para la empresa. Dentro de los aspectos que se han evaluado en esta dimensión tenemos: Recepción de insumos, almacenamiento de insumos, apertura del centro de producción, pre alistamiento de insumos, producción de platos, montaje del comedor, servicio de bar, cierre del comedor, cierre del centro de producción, mantenimiento y limpieza y desinfección. Los resultados coinciden con los obtenidos por Medina (2015), y Samanamud (2014) quienes reportaron un cumplimiento de 54,39%, y 50,0% respectivamente, así mismo una empresa reportó un mayor cumplimiento de estándares como Tori (2014) quien reportó un cumplimiento del 84,2% . Mincetur (2010), considera que el servicio es el resultado de una sucesión de actos en los cuales interaccionan

el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, el buen servicio al cliente debe estar presente en todos los aspectos del negocio, para lo cual es necesario capacitar y motivar permanentemente al personal para que brinde un buen servicio al cliente, no solo a aquellos trabajadores que tengan contacto frecuente con el cliente, sino a todos los que en algún momento puedan llegar a tenerlo, desde el encargado de la limpieza hasta el gerente general.

Por lo tanto, podemos mencionar que la gestión de servicio es cada vez más importante como una estrategia de negocio para aumentar y mantener la lealtad de los clientes en un entorno competitivo, las grandes empresas reconocen y tienen en cuenta la necesidad de mejorar las capacidades de gestión del servicio.

Respecto a la gestión medio ambiental se han evaluado 24 estándares de los cuales el restaurante “El Tío Sam” cumple con 14 estándares que representan el 58,4%, las sub dimensiones consideradas para la evaluación han sido: Uso del agua, uso de la energía, consumo de productos, gestión de residuos y adaptación al medio. Los resultados coinciden con los obtenidos por Tori (2014) y Moreno (2014) quienes reportaron un cumplimiento de 58,3% y 58,5% respectivamente, por otro lado otras investigaciones han reportado un menor cumplimiento de estándares como Fernández (2014) y Samanamud (2014) quienes reportaron un cumplimiento de 29,18% y 33,3% respectivamente.

Casanueva, y otros (2000) señalan que el entorno natural es importante para la empresa turística. Muchas veces el turismo ha sido considerado como un problema ambiental, sin embargo, puede convertirse en un agente de mejora medioambiental. Sobre todo por dos factores que se están mostrando en los últimos tiempos y que deben ser la tendencia más recomendable, el turismo ecológico y medioambiental y la gestión medioambiental de las empresas turísticas. En los últimos años ha aumentado el número de empresas que ponen como objetivos o tienen programas en lo que respecta al tema medio ambiental, la finalidad no solo es cumplir con la legislación ambiental sino también colaborar en la mejora del medio ambiente.

En la gestión socio cultural, tenemos que de los 13 estándares evaluados el restaurante “El Tío Sam” cumple con 7 estándares que representan el 53,8%, las sub dimensiones consideradas han sido: apoyo a la cultura local y apoyo a la comunidad local. Los resultados son similares con la investigación de Moreno (2014) quien reporto un cumplimiento de 61,5%, mientras que otras investigaciones han reportado un mayor cumplimiento en la

empresa como Vidal (2016) quien reporto un cumplimiento de 69,2%, por otro lado otras investigaciones han reportado un menor cumplimiento de estándares como Miranda (2016), Medina (2015), Tori (2014) y Samanamud (2014) quienes reportaron un cumplimiento de 15,38%, 38,46%, 23,1%, y 15,0 % respectivamente. Rainforest Alliance (2006) indica que no deben usarse los recursos turísticos sin retornar algo a cambio, la empresa debe participar constantemente en el desarrollo de las comunidades vecinas, invertir, realizar proyectos y mejorar la infraestructura turística, dar trabajo y capacitar a las comunidades locales. Es importante conocer que a través de la gestión sociocultural se podrá dar un valor agregado y generar un desarrollo sostenido en las actividades sociales y culturales en la comunidad local, de esta manera se podrá contribuir en la producción y comercialización de bienes y servicios culturales.

Cabe mencionar que la gestión sociocultural se lleva a cabo en una comunidad determinada que se basa en el aprendizaje colectivo y continuo de proyectos que atiendan las necesidades y problemas sociales, además promueve la difusión de los valores locales y el desarrollo de la actividad turística.

En términos generales el restaurante “El Tío Sam” cumple con 191 estándares de los 261 evaluados, lo que representa un cumplimiento del 73,2 %, mientras que no cumple con 70 estándares, lo cual representa el 26,8% del total, a partir de este resultado podemos señalar que la calidad brindada por este establecimiento es regular, ya que el porcentaje total supera el 50%, sin embargo, existen muchos aspectos por mejorar en la gestión socio cultural. Podemos concluir con que el restaurante “El Tío Sam” tiene que poner más énfasis en mejorar el equipamiento e infraestructura, puesto que no cuenta con un almacén, área de personal ni oficina; además debería enfocarse en capacitar al personal de su empresa para que estos ofrezcan un mejor servicio.

V. CONCLUSIONES

- Se ha identificado que el restaurante “El Tío Sam” es una empresa consolidada en el mercado, siendo una empresa de índole familiar; está dirigida por el propietario , el ingeniero Jorge Sam Soto, por otro lado en la estructura organizacional de la empresa se logró identificar el área administrativa, el área de cocina, el área de salón y limpieza; la oferta del restaurante es variada, ofreciendo a sus clientes desayunos, menú del día y una gran variedad de platos típicos de la localidad; la demanda del restaurante varía de acuerdo a la temporada del año y épocas festivas. Del total del personal que desempeña sus funciones en el restaurante “El Tío Sam” tan solo el 43% cuenta con la preparación necesaria para poder cumplir sus funciones con eficiencia.
- En la gestión empresarial se han evaluado 56 estándares de los cuales el restaurante “El Tío Sam” cumple con 44 estándares, es decir presenta un cumplimiento de 75 %, siendo necesaria la inclusión de una mayor cantidad de estándares derivados de las buenas prácticas a fin de asegurar un buen desempeño de la empresa y asegurar su permanencia en el mercado.
- En cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las Buenas Prácticas en equipamiento e infraestructura, el restaurante “El Tío Sam” cumple con 38 de los 56 estándares evaluados, es decir presenta un cumplimiento del 70,2% de estándares. Las sub dimensiones que obtuvieron un mayor cumplimiento es la cocina y comedor, mientras que las sub dimensiones de menor cumplimiento son el almacén, área del personal y oficina, esto se debe que la empresa no cuenta con ninguna de estas áreas.
- Con respecto a la gestión del servicio, el restaurante “El Tío Sam” cumple con 88 de los 114 estándares evaluados, presentado un cumplimiento de 77,3% de estándares. Las sub dimensiones que presentaron mayor cumplimiento son reservas, atención al comedor, producción de platos y montaje de comedor; mientras que la sub dimensión con menor cumplimiento fue limpieza y desinfección.

- En lo que respecta a la gestión medio ambiental, el restaurante “El Tío Sam” cumple con 14 de los 24 estándares evaluados, el cual presenta un cumplimiento de 58,4 %, de los estándares evaluados. Las sub dimensiones que presentaron mayor cumplimiento son uso de agua y consumo de productos, mientras que la dimensión con menor cumplimiento es gestión de residuos.

- En la gestión socio cultural se evaluaron un total de 13 estándares de los cuales el restaurante “El Tío Sam”, cumple con 7, es decir presenta un cumplimiento de 53,8%, de estándares. La sub dimensión que presenta mayor cumplimiento es el apoyo a la comunidad local.

- En términos generales el restaurante “El Tío Sam” de Casma, cumple 191 de los 261 estándares evaluados, lo que representa el 73,2% del total de estándares y no cumple con 70 estándares, que representa el 26,8% estos resultados indican que la calidad del servicio de la empresa es regular, pero cabe señalar que se puede mejorar el desempeño incluyendo una mayor cantidad de estándares derivados de las Buenas Prácticas, sumándole a ello capacitaciones al personal para así ofrecer un mejor servicio. De las dimensiones evaluadas encontramos que las que presentaron mayor cumplimiento son gestión empresarial y gestión del servicio, mientras que las de menor cumplimiento fueron gestión medio ambiental y gestión socio cultural.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Anker Vinay, K. (1992). *Manejo básico de restaurantes: teoría y práctica*. México: Continental S.A.
- Cámara de comercio de Lima. (2017). *Número de establecimientos de restauración*. Recuperado de <http://gestion.pe/noticia/287810/solo-800-220-mil-restaurantes-lima-tienen-certificacion-saludables>
- Cámara de comercio de Lima. (2017). *Gastronomía de la cámara de comercio*. Recuperado de <http://gestion.pe/noticia/287810/solo-800-220-mil-restaurantes-lima-tienen-certificacion-saludables>
- Canales, F., Alvarado, E.L. Pineda, E.B. (1986). *Metodología de la investigación: manual para el desarrollo del personal de la salud*. Limusa S.A.
- Casanueva, C., García, J., y Caro F.J. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. Madrid: Pirámide.
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - Promperú. (2006). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de: http://media.peru.info/catalogo/.../manual_de_buenas_practicas_9124.pdf
- Crosby, P. V.(1987). *La calidad no cuesta*. Mexico: CECOSA.
- Dahmer, S. y Kahl, K. (2002). *Restaurantes, servicio básico*. España: Acribia S.A.
- De la Parra Paz, E. (1995). *Guía práctica para lograr calidad en el servicio*. ISBN: México
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - Dircetur Cusco, (2009). *Manual de Calidad Turística para Restaurantes. (1era ed)*. Cusco: DIRCETUR-Cusco.
- Feijoó, J. (2010). *Alimentos y bebidas: su gerenciamiento en hoteles y restaurantes*. Recuperado de: <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Docid=10384275&ppg=82>
- Fernández, F. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante chifa Hugo's de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2013*". (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Foster, D. (1995). *Alimentos y bebidas: operaciones, métodos y control de costos*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10485891&ppg=40>
- García, F., García, P., y Gil, M. (2011). *Operaciones básicas y servicios en restaurantes y*

eventos especiales. España: Paraninfo.

- García, P. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “wallqa” de la ciudad de lima, utilizando el modelo servqual de calidad de servicio en el año 2015*. (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- García, F. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio del hotel “girasoles hotel” de la ciudad de lima, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2015*. (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación (5Ta ed.)*. Chile: McGrawHill.
- Hospitality & Service University. (s.f.). *Manual de estándares de servicio: restaurantes*. Recuperado de: http://hsu.cl/galer%C3%ADa/file_52126699.pdf<http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/%20Doc?id=10485891&ppg=40><http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10384275&ppg=82>
- International Organization for Standardization - ISO (2005). *Norma internacional ISO 9000 2000*. Recuperado de http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf
- Jara, A. (2013). *Modelo de un manual de buenas prácticas, Higiene y seguridad alimentaria para los bares, comedores de las parroquias eclesiales del cantón Cuenca: aplicado a la parroquia Fatima*. (Tesis para titulación). Universidad de Cuenca
- Ley de Promoción de la Micro y Pequeña empresa
- Lefcovich, M. (2009). *Gestión de calidad para la excelencia*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10311860&ppg=5>
- Manual, CTN (2007). *Buenas Prácticas para un Turismo Sostenible y Calidad de los Servicios*. Lima: PromPeru.
- Marketing Publishing. (2007). *Gestión de la calidad total*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10194515&ppg=7>

Martín, I. (2004). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico (3era ed.)*. España: Pirámide.

Medina, E. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante mar y luna de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2015*. (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Mendiburu, A (s.f) *Cierre del centro de producción*. Recuperado de:

<http://www.monografias.com/trabajos16/fracazos-pequenas-empresas/fracazos-pequenas-empresas.shtml>

Mendiburu, A (s.f). *Mantenimiento*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos13/opema/opema.shtml#ixzz4aPP22wVk>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2004). *Reglamento de Restaurantes Decreto Supremo N° 025-2004-MINCETUR*. Lima: El Peruano

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2008). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2008 – 2021*. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/PENTUR_FINAL_octubre.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2008). *Manual de buenas prácticas de manipulación de alimentos para restaurantes y servicios afines*. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_MANIPULACION_DE_ALIMENTOS.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2009). *Ley general de turismo, N° 29408*. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/LEY_GENERAL_DE_TURISMO_LEY29408.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur. (2013). *Plan nacional de calidad turística del Perú – CALTUR*. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/turismo/proyectos/mbp_avt.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur. (2006). *Manual de Buenas Prácticas Guías de Turismo y Operación Turística*. Recuperado de <http://ww2.mincetur.gob.pe/wp->

[content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/MBP_G T_VERSION_FINAL_190707/MBP_Guias_de_Turismo_y_Operacion_Turistica.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/MBP_G T_VERSION_FINAL_190707/MBP_Guias_de_Turismo_y_Operacion_Turistica.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur. (2013). *Manual de buenas prácticas desarrollo de habilidades*. Recuperado de http://ww2.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/05_mbp_desarrollo_destrezas_ac/MBP_desarrollo_habilidades.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2010). *Manual de buenas prácticas para atención de clientes*. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_atencion_cliente_dirigido_ge_ad_mm.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur (2012). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2012-2021 (1ra ed.)*. Lima: MINCETUR.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur (2012). *Guía metodológica para el desarrollo del sistema de aplicación de buenas prácticas*. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/01_guia_metodologica_SABP/guia_metodologica_SABP.pdf

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (2013). Ley MYPE 28015. Recuperado de: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf

Miranda, T. (2016). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “aquí gusto” de nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2016*. (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Montaner, J. (1996). *Estructura del mercado turístico (2da ed.)*. España: Síntesis.

Moreno, J. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante parrilladas el uruguayo de nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2013*. (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Nanclares, J. (2001). *Marketing y planificación para restaurantes*. México: Paraninfo.

Océano Céntrum. (s.f.). *Enciclopedia práctica profesional de: turismo, hoteles y*

restaurantes. España: Grupo editorial Océano.

PROMpyme. (s.f.). *Buenas prácticas de restaurantes*. Recuperado de: file:///E:/Buenas_practicas_restaurantes.pdf

Rainforest Alliance. (s.f.). *Buenas prácticas para turismo sostenible: Una guía para el pequeño y mediano empresario*. Recuperado de: <http://web.ambiente.gob.ec/sites/default/files/users/jloartefls/Buenas%20practicas%20del%20turismo%20sostenible.pdf>

Rainforest Alliance. (s.f.). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de www.rainforest-alliance.org/.../tourism_practices_guide_spanish.pdf

Rainforest Alliance (2006). *Manual de buenas prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de: www.aptae.pe/archivos_up/0046-manual-de-buenas-practicas.pdf

Ramírez, C. (2002). *Calidad total en las empresas turísticas*. México D.F.: Trillas.

Ramírez, C. (1994). *La modernización y administración de empresas turísticas*. México D.F.: Trillas.

Roca, B. (2017, 11 de febrero). Perú 21. *Número de restaurantes en el Perú*. Recuperado de <https://economia.terra.com.pe/peru-conoce-el-numero-de-restaurantes-existentes-y-su-mano-de-obra,5308c661c5ab2410VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.h>

Rubio, P. (2006). *Introducción a la gestión empresarial*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10565708&ppg=4>

Samanamud, N. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante picantería panchito de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2013*. (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Sánchez Feito, J. (2000). *Procesos de servicios en restauración*. España: Síntesis.

Sánchez, N. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “el encuentro” de la ciudad de Huaraz, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2013*. (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Secretaría de Turismo- SECTUR Argentina. (2008). *Restaurantes: Sistema de gestión de calidad y el ambiente*. Recuperado de: http://www.iram.org.ar/UserFiles/images/IRAM_SECTUR/normas%20completas/42800R.pdf

Servicio Nacional de Turismo – SERNATUR Chile. (2011). *Manual de buenas prácticas: alojamiento turístico*. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/80679326/CHILE-POR-UN-TURISMO-SUSTENTABLE-Manual-de-Buenas-Practicas-del-Sector-Turistico>.

Stakeeff, N. (2017, 13 de febrero). *Sólo 800 de 220 mil restaurantes de Lima tienen certificación de saludables*. Gestión. Recuperado de <http://gestion.pe/noticia/287810/solo-800-220-mil-restaurantes-lima-tienen-certificacion-saludables>

Tori, A. (2014). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante cafetería Rebachinni de nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2013*. (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

Van Duynen, L., y Carré Marcela. (2011). *Buenas prácticas hoteleras*. Recuperado de http://www.moveuse.org/uploads/1/6/1/3/16135600/guia_de_buenas_practicas_hotelhote-fund_vida_silvestre.pdf

Vidal, M. (2016). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante Venecia de la ciudad de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2016*. (Tesis para titulación). Universidad católica los ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.

ANEXOS

ANEXO 01



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE
GUIA DE ENTREVISTA

Esta guía de entrevista está dirigida a obtener datos de la empresa relacionados a la historia, oferta y demanda; deberá ser aplicada al propietario o administrador.

1.- Ubicación de la empresa

2.- ¿Cuándo se originó la empresa?

3.- ¿Cómo surgió la idea de la empresa?

4.- ¿Cuáles son los principales logros de la empresa desde que se creó hasta la actualidad?

5.- Describa la oferta de su empresa

6.- ¿Quiénes son sus clientes?

7.- ¿Cómo está organizada su empresa?

ANEXO 02



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

GUÍA DE ENTREVISTA

La presente entrevista tiene por finalidad conocer el perfil del personal que trabaja en la Empresa.....

I.- DATOS GENERALES

1.1.- Sexo:

Masculino Femenino

1.2.- Edad: _____

1.3.- Ciudad de Origen: _____

II.- ESTUDIOS

2.1.- Nivel de estudios

Primaria inconclusa

Primaria completa

Secundaria inconclusa

Secundaria completa

Superior inconclusa (técnica)

Superior completa (técnica)

Superior inconclusa (universitaria)

Superior completa (universitaria)

2.2.- Especialidad: _____

2.3.- Estudios de posgrado:

Si No

Indicar el tipo de cursos:

III.- DESEMPEÑO EN LA EMPRESA

3.1.- Cargo: _____

3.2.- Funciones

-
-
-
-

3.3.- Tiempo laborando en la empresa: _____

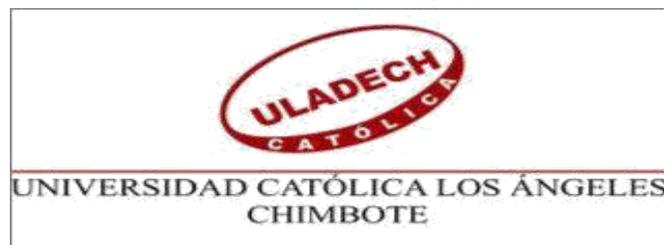
3.4.- Participación en programas de capacitación

Si No

Indicar el tipo de capacitación:

Gracias por su colaboración!

ANEXO 03



**FICHA DE OBSERVACIÓN
 GESTIÓN EMPRESARIAL
 RESTAURANRES**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Planificación	La empresa cuenta con un plan estratégico en el que define su visión, misión, valores y objetivos			
	La empresa cuenta con planes operativos para sus distintas áreas			
	La empresa cuenta con políticas establecidas (servicios, ambientales, sociales, seguridad)			
	La empresa cuenta con un plan de negocios			
Organización	La empresa cuenta con un manual de organización y funciones			
	La empresa ha documentado sus procesos, estándares y requisitos del servicio y cuenta con un manual de procesos y procedimientos			

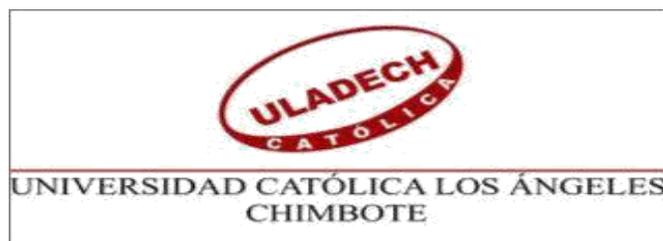
	La empresa cuenta con un sistema de comunicación formal			
Gestión de calidad	La empresa cuenta con un sistema de control de calidad del servicio			
	La empresa ha definido qué aspectos deben ser monitoreados para asegurar la calidad de los servicios			
	La empresa realiza auditorías internas periódicas			
	La empresa mantiene un programa de acciones correctivas para eliminar las causas de las desviaciones			
	La empresa hace un seguimiento y medición de la satisfacción del Cliente			
	La empresa mantiene un sistema de tratamiento de quejas y reclamos y Sugerencias			
Gestión de recursos humanos	La empresa ha definido los perfiles de los puestos de trabajo (aptitudes, habilidades, formación y experiencia)			
	La empresa ha definido el proceso de selección de personal			
	La empresa cuenta con un archivo con los datos del personal			
	La empresa cuenta con un programa de inducción para el personal			
	La empresa evalúa periódicamente el rendimiento del personal (calidad y cantidad del trabajo, relaciones laborales)			
	La empresa cuenta con un programa de capacitación para el personal			

	La empresa emplea estrategias para mantener motivado al personal		
	La empresa lleva a cabo reuniones frecuentes a fin de tratar temas relacionados con el trabajo		
	La empresa garantiza la igualdad de oportunidades a los empleados		
	La empresa fomenta y difunde entre sus empleados la práctica de valores y principios éticos		
	La empresa comunica al personal los resultados alcanzados en cuanto a los servicios y la satisfacción del cliente		
	La empresa ha establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio		
	La empresa respeta la jornada laboral establecida por ley		
	La empresa brinda remuneraciones establecidas en la legislación Laboral		
	La empresa cumple con brindar los beneficios sociales a los empleados		
Gestión de suministros y proveedores	La empresa ha definido criterios para la selección de proveedores		
	La empresa cuenta con un registro con las características y datos de sus Proveedores		
	La empresa ha definido las condiciones de pedido, entrega y pagos		

	La empresa emplea formatos para formalizar sus pedidos			
	La empresa ha establecido los horarios y procedimientos para la recepción de los productos			
Gestión de Seguridad	La empresa ha identificado sus riesgos y peligros (reales y potenciales)			
	La empresa ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro			
	Se brinda capacitación al personal en temas de seguridad			
	La empresa cuenta con planes para atender emergencias (naturales, accidentes, enfermedades)			
	La empresa cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados			
	La empresa ha implementado programas de simulacros y prácticas de Seguridad			
	La empresa cuenta con el certificado de Defensa Civil			
	La empresa dispone de un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia			
Gestión financiera y contable	La empresa cuenta con los servicios de un profesional en el campo financiero contable			
	La empresa dispone de un presupuesto general y presupuestos Específicos			

	El propietario está capacitado en temas financieros y contables			
Gestión de comunicación y Marketing	La empresa cuenta con un estudio de mercado, considerando las características tanto de la competencia como de la demanda			
	La empresa cuenta con una marca y eslogan atractivo y coherente con el servicio que brinda			
	La empresa diseña sus servicios de acuerdo a las necesidades y expectativas de sus clientes			
	La empresa mantiene un registro de sus clientes			
	La empresa firma convenios con el fin de incrementar la demanda del Establecimiento			
	La empresa ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado			
	La empresa emplea medios de comunicación masivos para promocionar su oferta			
	La empresa difunde información coherente con el servicio que brinda			
	La empresa provee información al cliente sobre las condiciones de prestación del servicio			
	La empresa cuenta con tarifarios de su oferta gastronómica			
	La empresa exhibe en un lugar visible la oferta gastronómica con sus respectivos precios			
	La empresa exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento.			

ANEXO 4



FICHA DE OBSERVACIÓN INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO RESTAURANTES

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Exterior	El establecimiento se ubica en un lugar accesible			
	Existe limpieza en el entorno			
	El establecimiento se ubica en una zona segura			
	Cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada			
	Presenta el icono de clasificación y/o categorización			

	Cuenta con buena iluminación			
	Presenta acceso especial para discapacitados			
	Cuenta con estacionamiento privado o existe uno cercano			
	Cuenta con espacios verdes al rededor, los cuales están bien cuidados			
	Cuenta con una acceso independiente para los proveedores y el personal			
Cocina	Se ubica próxima al comedor			
	Cuenta con áreas de trabajo identificadas y delimitadas para la preparación de alimentos			
	El piso es de material antideslizante y de fácil limpieza			
	Las paredes están revestidas con material liso y de fácil limpieza			
	Se cuenta con iluminación apropiada que no altere el color ni la apariencia de los alimentos			
	Se cuenta con un sistema de ventilación apropiado			
	Se dispone de una campana extractora			
	Los equipos están en funcionamiento y óptimas condiciones de limpieza			

	Los utensilios de cocina están en buen estado y en óptimas condiciones de Limpieza			
	Los equipos y mobiliario están ubicados de forma que no interrumpen el flujo de trabajo			
	Se cuenta con un área específica destinada para los residuos, la cual se encuentra alejada del área de producción			
	La sección de producción se mantiene limpia y ordenada			
	Se dispone de un área para el lavado de manos, la que cuenta con los implementos necesarios			
	Se cuenta con suministro de agua permanente			
Almacén	El almacén posee una ventilación adecuada			
	Todas las aberturas están cerradas con mallas			
	Las paredes y pisos son lisos para evitar las plagas			
	Los estantes son de material anticorrosive			
	Iluminación adecuada que no altere el color de los alimentos			
	Contar con sectores independientes, adecuados para el almacenamiento de alimentos según tipo (perecederos, no perecederos, artículos de limpieza)			

Comedor	El comedor presenta condiciones adecuadas de limpieza			
	La decoración es agradable y armoniosa			
	Se cuenta con sistema de ventilación			
	El olor es agradable			
	El mobiliario está en buen estado de conservación y limpio			
	El mobiliario se ha distribuido de forma adecuada facilitando la Circulación			
	Se cuenta con equipos de música y television			
	Las cartas están en buen estado y con los precios actualizados			
	Cuenta con señalización de emergencia, extintores y luces de emergencia			
	Se cuentan con estaciones de servicio debidamente organizadas			
	Se dispone de utensilios, vajilla, cristalería y mantelería en cantidades suficientes para atender las necesidades de máxima ocupación			
	Se emplean utensilios, vajilla, cristalería y mantelería acordes a las características del establecimiento y están en perfecto estado de conservación			

	Se dispone de un área de caja para el cobro de las facturas, la que dispone de los equipos necesarios			
Servicios higiénicos	Se cuentan con servicios higiénicos independientes e identificados por Sexo			
	Los servicios higiénicos no tiene acceso directo al comedor			
	Disponen de un sistema adecuado de ventilación			
	Cuentan con una iluminación apropiada			
	Disponen de los implementos de higiene necesarios (jabón líquido, papel toalla o secador de aire caliente)			
	Están permanentemente limpios			
Área de Personal	La empresa cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias			
	La empresa cuenta con servicios higiénicos en óptimas condiciones de limpieza para el personal			
	La empresa cuenta con un área destinada para que los estudiantes tomen sus alimentos			

Oficinas	Se cuenta con una oficina administrative			
	La oficina cuenta con los equipos e implementos necesarios.			

ANEXO 5



**FICHA DE OBSERVACIÓN
GESTIÓN DEL SERVICIO
RESTAURANTES**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Recepción de Insumos	La recepción de insumos se realiza en las primeras horas de la mañana			
	Al llegar los insumos se verifica su olor, textura, color, temperatura y apariencia general, además del peso y las cantidades			
	Se dispone de un ambiente adecuado para la recepción de insumos			

Almacenamiento de insumos	Existe un sistema de almacenamiento predeterminado			
	Los insumos son depositados en recipientes de conservación específicos para cada alimento			
	Se respeta el principio de primer ingreso primera salida			
	Los alimentos en polvo o granos se almacenan en recipientes que los protejan de la contaminación y perfectamente etiquetados e identificados			
	Los alimentos están ordenados de acuerdo a su fecha de llegada			
	Las frutas y verduras son almacenadas a temperaturas entre los 7°C y 12°C			
	Los pescados y mariscos se mantienen refrigerados entre los 0°C y 5°C			
	Los pescados y mariscos, carnes y pollo se almacenan en depósitos con Tapa			
	Se controla permanentemente la temperatura y el funcionamiento de los equipos de refrigeración			
	No se congela nuevamente un producto que ha sido descongelado			
Apertura del centro de	Se lleva a cabo un control del estado de equipos, utensilios y materiales de trabajo empleando un check list antes de iniciar las operaciones			

Producción	Se realiza un control de inventario de los insumos en stock			
	Se realiza el control sanitario y de presentación del personal de producción empleando un check list antes de iniciar las operaciones			
Prelistamiento de insumos	Tanto los vegetales, frutas y carnes son lavados antes de su uso con agua Potable			
	Posterior al lavado se procede a la desinfección, empleando cloro (10 gotas de cloro por cada litro de agua) dejando reposar durante 10 minutos (verduras y frutas) y 5 minutos (pescado), se concluye enjuagando con agua potable			
	Para el cortado y pelado se emplean utensilios (cuchillo, tabla de picar, etc.) exclusivos para cada tipo de productos			
	Después del pelado y cortado se debe lavar cuidadosamente el sitio de Trabajo			
	Existe un criterio de elaboración y almacenamiento de productos de prelistamiento elaborados			
	Existe un proceso de envasado y etiquetado de porcionados			
Producción de Platos	Se planifica periódicamente la oferta gastronómica del establecimiento			
	Existe un sistema de producción predeterminado, organizado y claramente establecido			
	El personal dispone de un uniforme completo y en buenas condiciones			
	Se cuenta con recetas estándar para la elaboración de los platos			

	El personal de producción aplica las recetas estándar para la preparación de los platos			
	Mientras los alimentos se están cocinando se mantienen tapados a fin de evitar la caída de algún material extraño			
	Los insumos congelados nunca se descongelan a temperatura ambiente ni en agua tibia			
	Para probar los alimentos se emplean utensilios apropiados			
	Las ordenes de pedido se elaboran según su llegada			
	Las ordenes de pedido se despachan ni bien están listas			
	El personal tiene una rápida capacidad de producción			
	El personal de producción conoce el funcionamiento de los equipos			
	Se presta atención y cuidado a la presentación y decoración de platos Terminados			
	La sección de producción se mantiene limpia y ordenada			
	Los equipos y superficies en contacto con los alimentos se limpian, lavan y desinfectan después de cada uso			
Montaje de Comedor	Existe un procedimiento pre-establecido para la limpieza y sanitización de ambientes y mobiliario (salón, sala de estar, bar, servicios higiénicos, etc)			

	Existe un orden de ubicación y distribución funcional de la cubertería, cristalería y menaje que facilita la operación			
	Se lleva a cabo un control de inventario físico de menaje, cubertería y Cristalería			
	Se lleva a cabo la revisión de la presentación y aseo del personal de servicio empleando un check list			
	Se brinda información clara y precisa al personal de servicio sobre las ofertas del día, reservas,etc.			
	Existe un procedimiento establecido para el montaje a utilizarse en el Servicio			
	Se efectúa el montaje de las mesas considerando el tipo de servicio y categoría del establecimiento			
	En caso de existir reservas, se asignan las mesas reservadas			
	Las cucharas y cuchillos se ponen a la derecha, el cuchillo con el filo hacia adentro, los tenedores al lado izquierdo			
	Las mesas disponen de suficientes servilletas			
	Existe un control de los ambientes del comedor, mobiliario y equipos por parte del personal de servicio, antes de la apertura del establecimiento, empleando un check list			
Reservas	La empresa ha definido un procedimiento para la toma de reservas			
	La empresa dispone de un registro para las reservas			

	Se disponen de políticas claras para las reservas			
	Las políticas y el procedimiento para la toma de reservas son conocidas por el personal			
	El personal informa el cliente las condiciones de la reserve			
Atención del Comedor	Se mantiene una reunión de servicio con el personal de atención antes del inicio de la atención			
	La empresa ha definido el procedimiento para el recibimiento y atención de los clients			
	El personal de servicio saluda a los clientes con amabilidad, estableciendo contacto visual y sonriendo			
	El personal de servicio conduce y ubica a los clientes hasta la mesa más apropiada a sus necesidades y los ayuda a sentarse			
	El personal de servicio abre la carta y entrega por la mano derecha de los Clientes			
	El personal de servicio entrega la carta primero a las damas, luego a los caballeros mayores y finalmente a los jóvenes			
	El personal de servicio se dirige al cliente con respeto y si es posible empleando su nombre			
	El personal de servicio asiste a los clientes de forma amable en la selección de los platos, brindando sugerencias			
	El personal de servicio conoce y describe las características de los elementos de la oferta gastronómica			
	El personal de servicio mantiene una distancia prudente para la toma de			

pedidos y se para derecho, apoyando la comanda en su mano			
El personal de servicio emplea comandas para la toma de pedidos, en la cual indica la distribución y numeración de los comensales y los platos solicitados por cada uno, incluyendo especificaciones			
El personal de servicio repite en forma clara el pedido, la cantidad y especificaciones para la conformidad de los clientes			
El personal de servicio retira las cartas y sirve el aperitivo			
El personal sirve en forma ordenada y exacta los pedidos de los clientes, colocando los platos por el lado derecho del cliente, sirviendo primero a las mujeres y hombres mayores			
El personal sirve a todos los comensales al mismo tiempo			
Los platos son servidos en el tiempo establecido			
Los platos son servidos a la temperatura adecuada			
El personal mantiene los dedos en el borde del plato y no toca los alimentos			
El personal de servicio emplea la bandeja para llevar y servir las bebidas en la mesa			
El personal de servicio mantiene la bandeja en la mano izquierda, mientras sirve con la mano derecha y por la derecha del cliente			
El personal de servicio coge los vasos por la base			

El personal de servicio coge los cubiertos por el mango			
El personal de servicios sirve moviéndose alrededor de la mesa, evitando cruzar sobre los clientes			
El tiempo transcurrido entre el servicio de un plato y otro no excede los 10 minutos			
El personal de servicio, durante la comida se asegura que todo está conforme y averigua si los clientes necesitan algo más			
El personal de servicio, durante todo el servicio debe mantenerse atento a las necesidades del cliente			
Si el cliente se queja por algo, el personal de servicio demuestra interés y comunica al administrador			
El personal de servicio retira los platos cuando todos han terminado de comer			
El personal de servicio verifica la satisfacción de forma verbal			
El personal de servicio presenta la cuenta a solicitud del cliente, en un plazo máximo de 5 minutos posteriores a que ha sido solicitada			
El personal de servicio comprueba la exactitud del comprobante de pago antes de su entrega al cliente			
El personal de servicio presenta la cuenta con la cara abajo y en una bandejita limpia			
Cuando los clientes están por irse, el personal de servicio agradece amablemente, ayuda con las sillas y los invita a regresar			
El personal de servicio desmonta las mesas, respetando las normas de			

	seguridad y sanidad en la manipulación de cristalería, cubertería y Mantelería			
	El personal de servicio procede al montaje de las mesas de acuerdo a las normas establecidas			
Servicio de bar	Existe un control de inventario impreso			
	Existe un par de stock de botellas de bebidas en la barra			
	Existe un montaje preestablecido para las baterías y displays de la barra			
	Se disponen de recetas estándar de las bebidas, la que incluye la presentación de las mismas			
	El personal emplea las receta estándar para la preparación de las bebidas			
	El personal cuenta con uniforme apropiado y en buenas condiciones			
	Se emplean de forma adecuada cada uno de los implementos y utensilios			
	El personal emplea cristalería adecuada para cada tipo de bebidas			
Cierre de Comedor	El personal cuenta con los equipos y materiales necesarios para hacer la limpieza del comedor			
	El personal repone los implementos faltantes en el comedor			
	El personal hace el desmontaje de mesas, mostradores y exhibidores			

	El personal realiza la limpieza y desinfección del mobiliario			
	El personal apaga los equipos eléctricos			
	El personal lleva a cabo el control de cierre del comedor empleando un check list			
	El personal elabora el reporte de ocurrencias			
Cierre del centro de producción	Se dispone de un formato de control de bajas y productos malogrados			
	Los equipos se lavan desmontando las partes removibles			
	Los productos sobrantes se guardan en envases apropiados			
	El personal realiza la limpieza y ordena la batería y utensilios de cocina de cada sección			
	Todo el centro de producción se deja ordenado y sanitizado			
Mantenimiento	Se cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y Equipamiento			
	Se cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento Corrective			
Limpieza y Desinfección	Se cuenta con un plan de limpieza y desinfección			

	Se dispone de procedimientos de saneamiento para gestionar la limpieza y desinfección de las instalaciones y equipamiento			
	Se cuenta con un plan de manejo integral de plagas			
	Se cuenta con un espacio independiente y señalizado para el almacenamiento de productos y equipos de limpieza y desinfección, debidamente identificados			

ANEXO 6



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FICHA DE OBSERVACIÓN
BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES
RESTAURANTES**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Uso del agua	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente del agua			
	La empresa lleva un control del consumo de agua			
	La empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua			
	La empresa cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua			
	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua			
Uso de la	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente de la energía			

Energía	Eléctrica			
	La empresa adopta medidas para el máximo aprovechamiento de la luz Natural			
	La empresa promueve el apagado de luces y equipos cuando no están en Uso			
	La empresa lleva un control de consumo de energía			
	La empresa utiliza focos ahorradores			
	La empresa cuenta con buena ventilación y aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización			
	Se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos			
	Se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo Lugar			
Consumo de productos	La empresa emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio Ambiente			
	La empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos			
	La empresa contrata a proveedores que brindar productos respetuosos con el medioambiente			
	La empresa prefiere la compra de productos en envases retornables			
	La empresa imprime el papel por las dos caras e imprime documentos internos en papel reciclado			

	La empresa usa en lo posible el correo electrónico para reducir el uso de tinta y papel			
	La empresa no consume especies protegidas o sus derivados ni especies hidrobiológicas fuera de su talla mínima			
Gestión de residuos	La empresa cuenta con un programa para la gestión de residuos			
	La empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos			
	La empresa mantiene los contenedores de basura en condiciones Higiénicas			
Adaptación la medio	La empresa cuenta con un diseño e infraestructura armonioso con el Paisaje			

ANEXO 7



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FICHA DE OBSERVACIÓN
BUENAS PRÁCTICAS SOCIO-CULTURALES**

SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Apoyo a la cultura local	La empresa difunde las actividades y manifestaciones culturales de la Comunidad			
	La empresa no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal			
	La empresa participa en iniciativas de apoyo a la cultura local			
	La empresa informa a los visitantes sobre la cultura local			
Apoyo a la comunidad local	La empresa anima a sus clientes a consumir productos locales			

La empresa dona productos usados o nuevos a la comunidad local.			
La empresa provee empleo digno a los miembros de la comunidad			
La empresa adquiere productos de proveedores locales			
La empresa difunde políticas en contra de la explotación sexual			
La empresa forma parte de los gremios del sector turismo			
La empresa participa en los procesos de planificación turística			
La empresa informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo			
La empresa desarrolla programas de capacitación para la comunidad local.			

**ANEXO 8
FOTOGRAFÍAS**

Encuesta al personal del restaurante “El Tío Sam”



Encuesta al personal del restaurante “El Tío Sam”



Restaurante turistico “El Tío Sam”

