

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
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 POLLERIA “EL RIKOTON CHICKEN” DE
CHIMBOTE, UTILIZANDO ESTÁNDARES DERIVADOS DE
LAS BUENAS PRÁCTICAS, 2017”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA
EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

AUTORA:

BR. LUCIVIS LANDAURO GONZALES

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

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi padre, Tomas Landauro, y a mi madre Maximina Gonzales.

A mis hermanos y a todos mis tíos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. A mis compañeros por haberme apoyado.

Al administrador del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” Sr. Luis Fernando Carranza Villalba por brindar la información necesaria para el desarrollo de esta investigación.

Lucivis Landauro Gonzales

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora. Los amos con mi vida.

Lucivis Landauro Gonzales

RESUMEN

La investigación realizada tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas el año 2017. La investigación fue de tipo cualitativa-cuantitativa, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al restaurante pollería “El Rikoton Chicken” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación y la entrevista. La recolección de datos se dio en tres etapas: La primera consistió en la entrevista al gerente general de la empresa, quien proporcionó datos respecto a la historia, organización, oferta y demanda de la empresa; en la segunda etapa se aplicó un cuestionario a todo el personal de la empresa, que está conformado por 9 personas, con el fin de obtener un perfil del personal; y en la tercera etapa se aplicaron cinco guías de observación con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión empresarial, al equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. El restaurante pollería “El Rikoton Chicken” inició sus actividades en el año 2008, ante la necesidad del dueño de auto emplearse, su oferta se basa en comida rápida básicamente pollo a la brasa, pollo broaster y también lomo saltado. Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” cumple con el 78,8% de los estándares evaluados, lo que significa que el servicio brindado es regular, siendo necesaria la implementación de los estándares que no se vienen cumpliendo.

Palabras clave: Calidad, servicio, buenas prácticas, restaurante.

ABSTRACT

The research carried out had the objective of evaluating the quality of the service of the chicken restaurant "The Rikoton Chicken" of Chimbote, using standards derived from good practices in 2017. The research was qualitative-quantitative, descriptive level, with a design of Transverse single case. The information presented regarding the chicken restaurant "The Rikoton Chicken" was obtained through techniques and research instruments such as observation and interview. Data collection took place in three stages: The first consisted of the interview with the company's general manager, who provided data regarding the company's history, organization, supply and demand; In the second stage, a staff assessment was applied to all the company's staff, which is made up of 9 people, in order to obtain a staff profile; And in the third stage, five observation guides were applied in order to evaluate the quality of service based on compliance with standards derived from good practices, referring to business management, equipment and infrastructure, service management, Environmental management and socio-cultural management. The restaurant "The Rikoton Chicken" started its activities in 2008, due to the owner's need for self-employment, whose offer is based on fast food, basically grilled chicken, broaster chicken and also salted lomo. The results obtained in the investigation showed that the restaurant "The Rikoton Chicken" meets 78,8% of the standards evaluated, which means that the service provided is regular, being necessary the implementation of the standards that are not being met.

Key words: Quality, service, good practices, restaurant.

CONTENIDO

Jurado Evaluador	i
Agradecimiento	ii
Dedicatoria	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Contenido	vi
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA	7
2.1. El servicio de restauración	12
2.1.1. Características del servicio de restauración	14
2.1.2. Clasificación de las empresas de restauración	15
2.1.2.1. Clasificación de las empresas de restauración según tipo.....	15
2.1.2.2. Clasificación de las empresas de restauración según su tamaño.....	17
2.1.2.3. Clasificación de las empresas de restauración según el reglamento.....	18
2.1.3. Categorización de los restaurantes.....	19
2.1.4. Modalidades del servicio en las empresas de restauración.....	19
2.1.5. Tipos de servicio en las empresas de restauración.....	21
2.2. La calidad en el servicio de restauración.....	23
2.2.1. Tipos de calidad.....	27
2.2.2. Evaluación de la calidad.....	28
2.2.3. Marco normativo y estándares de calidad de los servicios de restauración	32
2.2.3.1. Marco Normativo de las empresas de restauración 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
2.3.1. Beneficios de las buenas prácticas	37
2.3.2 . Características de las buenas prácticas	39
2.3.3. Estándares en el servicio de restauración derivados de las buenas prácticas	40
2.3.3.1. Estándares de buenas prácticas en la gestión empresarial	40
2.3.3.2 .Buenas prácticas en equipamiento e infraestructura.....	52
2.3.3.3.Buenas prácticas en la gestión del servicio.....	60
2.3.3.4.Estándares de buenas prácticas en gestión medioambiental	66
2.3.3.5.Buenas prácticas en gestión socio-cultural	72
III. METODOLOGÍA	74
3.1.Tipo de investigación.....	74
3.2.Nivel de investigación	74
3.3.Diseño de la investigación	75
3.4 .Caso	75
3.5. Definición y operacionalización de las variables:	75
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:	78
3.7. Análisis de datos	80
3.8. Matriz de consistencia.....	82
3.9.Principios éticos.....	86
IV. RESULTADOS.....	87
4.1.Resultados	87
4.2. Análisis de resultados.....	146
V. Conclusiones.....	150
Referencias bibliográficas.....	152

Anexos.....158

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Perfil del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.....	91
Tabla 02: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.....	102
Tabla 03: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.....	111
Tabla 04: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de servicio en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.....	119
Tabla 05: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.....	134
Tabla 06: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.....	140
Tabla 07: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.....	143

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01: Organigrama del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, 2017.....	88
Figura 02: Sexo del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote 2017.....	92
Figura 03: Procedencia del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote 2017.....	93
Figura 04: Edad del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote 2017.....	94
Figura 05: Nivel de estudios del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, 2017.....	95
Figura 06: Especialidad vinculada con el puesto del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, 2017.....	96
Figura 07: Área de desempeño del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote 2017.....	97
Figura 08: Tiempo laborando en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote 2017.....	98
Figura 09: Capacitación en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote 2017.....	99

Figura 10: Tipo de capacitación en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” De Chimbote 2017.....	100
Figura 11: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación restaurante pollería ‘El Rikoton Chicken’” de Chimbote.....	103
Figura 12: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	104
Figura 13: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	105
Figura 14: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	106
Figura 15: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	107
Figura 16: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto la gestión de seguridad del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	108

Figura 17: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	109
Figura 18: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	110
Figura 19: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	112
Figura 20: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la cocina del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	113
Figura 21: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a el almacén del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	114
Figura 22: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	115
Figura 23: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a los servicios higiénicos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	116

Figura 24: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a el área del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	117
Figura 25: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a oficinas del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	118
Figura 26: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a recepción de insumos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	119
Figura 27: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a el almacén de insumos restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	121
Figura 28: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la apertura del centro de producción del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	122
Figura 29: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a el pre alistamiento de insumos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	123
Figura 30: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la producción de platos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	124

Figura 31: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a el montaje de comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	125
Figura 32: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a reservas del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	126
Figura 33: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la atención del comer del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	127
Figura 34: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al servicio de bar del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	129
Figura 35: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al cierre del comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	130
Figura 36: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al cierre del centro de producción del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	131
Figura 37: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a el mantenimiento del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	132

Figura 38: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza y desinfección del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	133
Figura 39: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	135
Figura 40: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de energía del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	136
Figura 41: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a consumo de productos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	137
Figura 42: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a gestión de residuos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	138
Figura 43: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a adaptación al medio del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	139
Figura 44: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a el apoyo a la cultura local del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	141

Figura 45: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a el apoyo a la comunidad local del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	142
Figura 46: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote.....	144
Figura 47: Cumplimiento general de estándares derivados de las buenas prácticas en el restaurante pollería ‘El ‘Rikoton Chicken’” de Chimbote en el año 2017.....	145

I. INTRODUCCIÓN

La gastronomía a nivel mundial ha adquirido mucha mayor importancia con el paso del tiempo, hoy en día forma parte de los tipos de turismo existentes en el mundo denominado turismo gastronómico, dado que toda experiencia nueva constituye un atractivo para el turista.

La gastronomía se brinda a través de los diferentes establecimientos de restauración, cafeterías, pollerías, etc. Así pues, los restaurantes satisfacen la necesidad de alimentación de los turistas, dan a conocer a través de los potajes parte de la cultura de un país y generan una contribución importante al producto bruto interno (PBI).

Los restaurantes , no solo son importantes porque satisfacen la necesidad de alimento del turista , ofreciéndole la capacidad de elección de nuestra variada gastronomía sino que también son importantes para el turismo porque brindan información sobre la cultura de un país o región, las que son muy diferentes a la cultura de los turistas, quienes al comer no solo satisfacen sus necesidades sino también experimentan una serie de sensaciones y experiencias nuevas , así pues la gastronomía es un atractivo que con el pasar del tiempo ha ido adquiriendo mayor relevancia en el sector turístico.

Pero no solo los turistas hacen uso de los restaurantes, sino que la mayoría de clientes en este rubro son los mismos residentes de una localidad, es por ello que se le debe dar la debida importancia, tal como se describe a continuación

En nuestro país el ex ministro de la Producción, Piero Ghezzi (2013) indica que la gastronomía peruana y por ende el servicio de restauración, se ha convertido en un motor de nuestra economía que ayuda a la ansiada diversificación de nuestra producción. Cuando se revisan los datos de esta industria en este complejo rubro que favorece a 5,5 millones de personas (20% de la PEA), vemos que también brinda trabajo a los que laboran en el rubro de agricultura, transporte, ganadería, pesquería hasta la industria de productos alimenticios y manufacturera de menaje, madera, utensilios, manteles y acero.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (2014) señala que la actividad de Restaurantes en el país registró un crecimiento de 5,14%.

Según la página web el portal de turismo (2016) en abril de 2016 el sector "Hoteles y Restaurantes" se incrementó en 2,21%, por el resultado positivo de la actividad de restaurantes que creció en 2,23% y alojamiento en 2,04%.

Pese a todo este crecimiento , existen todavía deficiencias en el sector restaurantes como lo señala el Observatorio Turístico del Perú - OTP (2013) que señala que solo el 1,5% del total de restaurantes en nuestro país cuenta con categorización, la mayoría de empresas son MYPES y presentan deficiencias en infraestructura y equipamiento , no están capacitadas para la manipulación de alimentos , no cumplen la normatividad básica de higiene , promovida por los organismos estatales, es por ello que en nuestro país es muy común ver en las noticias que las condiciones sanitarias son frecuentemente la causa en los cuales los restaurantes presentan deficiencias así pues cientos de restaurantes son cerrados temporal o parcialmente por no cumplir las normas de DIGESA (Dirección General de Salud Ambiental) esto sucede por una mala gerencia por no prever estos aspectos , haciendo que muchas veces los negocios de restaurantes cierren sus locales definitivamente por no tener una buena imagen .Otro aspecto no menos importante , son las deficiencias a nivel de infraestructura , locales en mal estado de conservación , de reducido espacio e instalaciones no adecuadas para el número de clientes que recibe , ocasionando inseguridad a la hora de un sismo o un incendio por ejemplo , ya que muchos no cuentan con salidas de emergencia , o construcciones antisísmicas.

Es debido a que la calidad es un reto más que alcanzar para las empresas de restaurantes en nuestro país , cuya gran mayoría son MYPES , que el Estado viene trabajando a través de MINCETUR, mediante el Plan Nacional de calidad turística (CALTUR) en donde se han establecido las herramientas para promover la calidad en las empresas, las que se han enfocado a tres aspectos fundamentales: el sistema de aplicaciones las buenas prácticas (SABP), las mejoras del sistema de gestión empresarial y finalmente el sello de calidad turística.

Dentro de los beneficios que ofrece la aplicación del SABP en restaurantes tenemos: Asesoramiento personalizado de expertos; capacitación periódica; reducción de los costos de la No Calidad; mejora de la productividad; difusión en página web de PromPeru y Mincetur e inclusión en el Directorio Nacional de Prestadores Comprometidos con la calidad

Este sistema ha demostrado valiosos resultados entre los cuales, se reportan: incremento en las ventas, mejoras económicas, mejoras en la percepción de calidad del cliente, mejora en algún proceso de la empresa, aumento de la demanda. Manual, Mincetur(2007).

Así pues CALTUR nos brinda este instrumento valioso que es el SABP, para 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, entre los cuales están: Manual de buenas prácticas de alimentos y servicios; Manual de buenas prácticas para la atención al cliente; Manual de buenas prácticas dirigidos al personal de contacto; Manual de buenas prácticas para el desarrollo de habilidades y destrezas para atención al cliente en restaurantes y la Guía introductora de buenas prácticas medioambientales para el sector turismo.

A nivel local el responsable de Fiscalización Ambiental y Salud Pública de la Gerencia de Gestión Ambiental y Salud Pública de la Municipalidad Provincial del Santa, Jorge Bayona. (2017) señala sobre las inspecciones que se realizan de forma rutinaria:

En los restaurantes se inspeccionan temas de seguridad e higiene; el principal problema es la falta de higiene y manipulación de los alimentos , al igual que el almacenamiento , muchas veces se encuentran alimentos en mal estado de conservación o comida que ha sido preparada el día anterior .Lo que se busca es que los alimentos estén en buenas condiciones, que exista higiene sobre todo en la cocina, que utilicen guantes, mascarillas, es decir evitar en lo posible el contacto de los alimentos con los elementos personales . En base a las inspecciones del año 2016, se impusieron multas a muchos restaurantes del centro de Chimbote, algunos por falta de higiene, por carecer de carnet sanitarios, por encontrar comida mal almacenada ;comida en mal estado de conservación ,falta de higiene y mal manejo de plagas, por esas faltas se le impone una papeleta según manda el CUI, se identificaron que algunos restaurantes reportaron faltas graves o leves; y si es falta leve el dueño tiene posibilidad de subsanar y presentar un descargo que ya ha sido subsanado.

Según la Dirección Sub Regional de Comercio Exterior y Turismo Ancash (Disrcetur) manifiesta que al año 2017 de los más de 100 restaurantes de la ciudad de Chimbote solo 47 de ellos están categorizados , siendo 4 restaurantes de 5 tenedores, 2 restaurantes de 3 tenedores, 16 restaurantes de 2 tenedores y 20 de ellos de 1 tenedor.

El restaurante pollería “El Ricoton Chicken” de Chimbote es una empresa dedicada a la venta de pollos a la brasa, su trayectoria es corta por que recién abrió sus puertas al inicio de este año. Debido a que la empresa es nueva en el mercado aún no se ha llevado a cabo ninguna estrategia que permita valorar la calidad del servicio, siendo esto necesario para poder identificar aspectos que no se están cumpliendo y afectan la calidad del servicio. En vista de la problemática planteada se formuló la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la calidad del servicio del restaurante pollería “El Ricoton chicken” de Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2017?

El objetivo de esta investigación es “Evaluar la calidad del servicio del restaurante pollería “El Ricoton chicken” de Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2017”, el que se cumplió mediante el cumplimiento de los siguientes objetivos específicos:

- Describir las principales características del restaurante “El Ricoton Chicken”, de la ciudad de Chimbote en el año 2017, 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 pollería “El Ricoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura del restaurante pollería “El Ricoton Chicken” de Chimbote 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 pollería “El Ricoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.
- Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental del restaurante pollería “El Ricoton Chicken” de Chimbote 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 pollería “El Ricoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.

La investigación se constituye en un antecedente para aquellos investigadores interesados en el tema de la calidad del servicio en empresas de restauración.

Los resultados de la investigación han permitido conocer la realidad de la empresa en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, esta información es útil ya que el propietario podrá mejorar la calidad de su servicio.

Con relación al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas se tiene que, Al ser evaluado de forma global, el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” cumple con 204 estándares, es decir con el 78,8%, mientras que no cumple con 57 estándares, lo cual representa el 21,2% del total. Se destaca en cuanto a gestión empresarial, en el cual cumple con un 85% , otro punto a favor es la gestión en equipamiento e infraestructura, cumple con un 72,2%, en la gestión de servicio cumple con un 84,3%. En cuanto a la gestión ambiental, cumple con un 75% y por último en cuanto a gestión sociocultural, cumple con un 38,5%.

La tesis consta de cinco partes, en la primera parte se presenta la introducción; donde se trata acerca de la importancia de los restaurantes ,sobre todo para la economía del país, la problemática de los restaurantes y también acerca del sistema de aplicación de las buenas prácticas (SABP),en la segunda parte tenemos la revisión de literatura, en la que se presentan antecedentes nacionales y locales, vinculados con la investigación; y en las bases teóricas se presenta información sobre los restaurantes, su clasificación, el servicio de restauración, sus características, la evaluación de la calidad del servicio y las buenas prácticas. En la tercera parte se presentan los aspectos metodológicos de la

investigación. En la cuarta parte tenemos los resultados y análisis de resultados y finalmente en la quinta parte las conclusiones de la investigación.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

En el plano nacional y local se han identificado las siguientes investigaciones relacionadas con la evaluación de la calidad de los servicios en restaurantes:

Sánchez (2014), llevó a cabo la investigación “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. La información presentada referente al restaurant “El Encuentro” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación y la entrevista y la aplicación de cuestionarios para evaluar el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. “El Encuentro”, cumple solo con la mitad de los estándares necesarios para tener una dirección óptima, en cuanto a la gestión de servicios y su equipamiento e infraestructura, cumple con el 80% y 77% de estándares respectivamente. En cuanto a la gestión sociocultural del restaurante “El Encuentro”, se cumple con casi un 80% de los estándares. Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que en términos generales, el restaurante “El Encuentro” cumple con el 70% de los estándares evaluados, lo que hace que la calidad que la empresa brinda a sus clientes sea buena, sin embargo existe n muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural.

Moreno(2014), en la investigación 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, tuvo como objetivo es evaluar la calidad del servicio del restaurante parrilladas El Uruguayo de Nuevo Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, 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 cuantitativo – cualitativo, para realizar una evaluación con relación a las buenas prácticas de gestión administrativa la empresa cumple con un

65%; en las buenas prácticas en equipamiento e infraestructura cumple con el 61,1 %; en lo que respecta a la gestión del servicio, se cumple con el 56,05 %; en las buenas prácticas ambientales se cumple con el 58,5 % y en la gestión socio cultural se cumple con un 61,5 %. En términos generales, de los 261 estándares evaluados, “El Uruguayo” cumple con el 56 %, requiriendo la implementación de los estándares propuestos a fin de contar con un servicio de mejor calidad.

Fernández (2014), en su investigación Evaluación de la calidad del servicio del servicio del restaurante Chifa Hugo´s de Chimbote. Utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2013, tuvo como objetivo evaluar la calidad del servicio del restaurante chifa Hugo's de 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 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 con relación a las buenas prácticas de gestión administrativa la empresa cumple con un 35,65 %; mientras que con relación a las buenas prácticas de infraestructura y equipamiento la empresa cumple con 74 %; con respecto a las buenas prácticas de gestión del servicio la empresa cumple con un 49,9 %, con respecto a las buenas prácticas de gestión medio ambiental la empresa cumple con un 29,18 %; con respecto a la gestión socio – cultural la empresa cumple con un 30,8 %. En términos generales 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.

Samanumed (2014) , en su investigación Evaluación de la calidad del servicio del servicio del restaurante picantería Panchito de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2013, cuyo objetivo es evaluar la calidad de dicho restaurante , 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 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 con relación a las buenas prácticas de gestión administrativa la empresa cumple con un 23,2 %, mientras que en las buenas prácticas de infraestructura y equipamiento cumple con 53,7 %. En las buenas prácticas de gestión del servicio cumple con un 50,0 %. En la gestión medio ambiental cumple con un 33,3 %. En la gestión socio – cultural cumple con un 15,4 %. Se concluye que la empresa no cuenta con un servicio de calidad, ya que de los 261 estándares evaluados, sólo cumple con 109, siendo necesario incluir las buenas prácticas en todos los aspectos evaluados.

Tori (2014) en su investigación **Evaluación de la calidad del servicio del servicio del restaurante cafetería Rebachinni de Nuevo Chimbote**, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2013, cuyo objetivo es medir la calidad del servicio del restaurante, en base a estándares derivados de las 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. Los resultados de la investigación evidencian que con relación a las buenas prácticas de gestión administrativa de los 56 estándares evaluados cumple con el 46,5%; en lo que respecta en equipamiento e infraestructura de los 54 estándares evaluados la empresa cumple con el 85,2%; con respecto a la gestión de servicio de los 114 estándares evaluados cumple con el 84,2%; en lo que respecta a la gestión medioambiental de los 24 estándares evaluados la empresa cumple con el 58,3%; en la gestión socio cultural de los 13 estándares evaluados la empresa cumple con el 30,8%. En general en lo que respecta con el cumplimiento de estándares derivados a las buenas prácticas de los 261 evaluados el restaurante cafetería “Rebachinni” cumple con el 69,0%.

Alva (2015), en su investigación **Evaluación de la calidad del servicio del restaurante cevichería ‘El ajicito’ de la ciudad de Chimbote**, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2013 cuyo objetivo es medir la calidad del restaurante cevichería “el ajicito” mediante el uso la metodología tipo cualitativo-

cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al restaurante cevichería “El Ajicito” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación, la entrevista y la aplicación de encuestas en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, al equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que el restaurant, en cuanto a la gestión administrativa, de los 56 estándares evaluados cumple con 45, es decir con el 80,36% , en cuanto a equipamiento e infraestructura, de 54 estándares evaluados cumple con 29, es decir con el 53,70% , con respecto a la gestión de servicio cumple con 62 estándares de los 114 evaluados, es decir con un 54,39% , en cuanto a la gestión medio ambiental, de 24 estándares evaluados cumple con 7, es decir con 29,17% ; en conclusión “El Ajicito” cumple con el 58,24% de los estándares evaluados, siendo necesaria la implementación de los demás estándares para asegurar un servicio de calidad y con ellos la satisfacción de los clientes.

Medina (2015), en su investigación: “Evaluación de la calidad del servicio del Restaurante Mar y Luna de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2015”, tuvo como objetivo es medir la calidad del servicio del restaurant “mar y luna”, para lo cual empleo La metodología de tipo cualitativa-cuantitativa, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al restaurante cevichería “Mar y Luna” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación y la entrevista y la aplicación de cuestionarios, con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. En cuanto a la gestión administrativa se han evaluado 56 estándares distribuidos en 9 sub dimensiones; de los cuales el restaurante cumple con 40 estándares dando un cumplimiento del 69,61%, En lo que respecta a la gestión del servicio, en la que se evaluado 114 estándares, de los cuales el restaurante cumple con el 54,36%, En lo referente con la gestión medio ambiental, en la evaluación se ha determinado que de los 24 estándares evaluados el restaurante cumple con el 29,18%.

Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que en términos generales, 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.

Miranda(2016) en su investigación” Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “Aquí Gusto” de Nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de LAS Buenas Prácticas, 2016”, cuyo objetivo es medir la calidad de dicho restaurante, uso la metodología tipo cualitativa-cuantitativa, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal se pretendió evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. En lo referente al equipamiento e infraestructura se han evaluado 54 estándares, de los cuales el restaurante cumple con 31 estándares que representan el 57,39%.se evaluó la sub dimensión de gestión del servicio, en la cual se determinó que de los 114 estándares evaluados el restaurante cumple con 62 estándares que representan el 54,31%,En la gestión medio ambiental se han evaluado 24 estándares de los cuales el restaurante “Aquí Gusto” cumple con 11 estándares que representan el 45,84%, En la gestión sociocultural, tenemos que de los 13 estándares evaluados el restaurante cumple con 2 estándares que representan el 15,38%, Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que en términos generales, el restaurante “Aquí Gusto” cumple con el 47% de los estándares evaluados, existiendo muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural.

Vidal(2016)en su investigación "Evaluación de la calidad del servicio del restaurant "Venecia" de la ciudad de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, 2016" cuyo objetivo es medir la calidad de dicho restaurante , se utilizó la metodología tipo cualitativa-cuantitativa, de nivel descriptivo, con un diseño de caso único transversal. La información presentada referente al restaurant “Venecia” fue obtenida a través de técnicas e instrumentos de investigación como la observación,

la entrevista y la aplicación de cuestionarios, con el fin de evaluar la calidad de servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, referidos a la gestión administrativa, el equipamiento y la infraestructura, la gestión del servicio, la gestión medioambiental y la gestión sociocultural. se observó que en la gestión administrativa cumplió de 56 con 34 estándares, en equipamiento e infraestructura cumple con el 74% de 54 estándares evaluados, Con respecto a la evaluación de la gestión del servicio del restaurant “Venecia” se obtuvo que cumple con 69 de 114 estándares; De acuerdo a lo mencionado, con respecto a evaluación de la dimensión de gestión medioambiental, se han evaluado 24 estándares de los cuales el restaurant “Venecia” cumple con 14 que representan el 58,3 %.

Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que en términos generales, el restaurant “Venecia” cumple con el 63,32% de los estándares evaluados, lo que hace que la calidad del servicio de la empresa se califique como buena, sin embargo existen muchos aspectos por mejorar en la gestión administrativa, la gestión medioambiental y socio cultural.

2.1. El servicio de restauración

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).

Cabe resaltar que los actos que conllevan a dar el servicio de restauración tienen la finalidad de satisfacer una necesidad básica que es la de alimentación de las personas, sean turistas o no. como todo servicio turístico, es importante que sea de calidad, que sea eficaz y eficiente, que brinde una buena imagen del destino, para esto las empresas deben de formalizarse y seguir las normativas estatales o no que le permitan contribuir con el desarrollo del país en el cual operan.

Mincetur (2008) indica que “Es un establecimiento donde se preparan y se sirven comidas según un menú o a la carta, precios 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).

La definición dada por Sánchez feito nos manifiesta lo intangible del producto si bien un plato de comida es algo tangible posee cualidades inherentes como su sabor, su historia, la cultura de un país, etc. Eso es lo que el cliente quiere percibir también al adquirir el servicio de restauración, experiencias nuevas que le hagan salir de lo ordinario de lo cotidiano y esto se puede observar mucho en el turismo receptivo, muchos turistas llegan a nuestro país, muy aparte de observar los destinos turísticos, por nuestra gastronomía, cuya mayor parte se expende en los servicios de restauración.

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).

Es por ello lo importante de la calidad, de los controles antes de, de hacer las cosas bien la primera vez y todas las veces en adelante, del buen uso de las buenas prácticas de manufacturación dadas por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, de cumplir con los registros sanitarios. Por otro lado, el buen trato, la seguridad de la infraestructura, de las instalaciones, el ambiente en general (como clima laboral, atención personalizada,

etc.)Son percibidas también por el público (clientes) y tendrán una noción de buen servicio o no según las características antes mencionadas.

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.

- **Perecibilidad:** 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)

Las características de un restaurante van más allá de las características generales de los prestadores de servicios turísticos en general , toda empresa dedicada al rubro de restauración debe ser competitiva , para esto debe enfocarse a un tipo de cliente o tipos de clientes (familia, jóvenes , catering ,parejas etc.) deben ofrecer productos atractivos y novedosos a un buen precio , dar un trato personalizado que el cliente pueda sentirse bien en el establecimiento y tener instalaciones adecuadas, para que el cliente pueda sentirse seguro .

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).

Existen distintos tipos de empresas de restauración y cada una se ajusta a satisfacer algún tipo de necesidad del cliente, mientras algunos buscan calidad y se deciden por un restaurant gourmet, otros preferirán uno familiar por el tema económico, otro por falta de tiempo un fast food y así por el estilo de vida que cada uno posee, es importante ver como los establecimientos de restauración han aumentado especialmente en el rubro de comidas rápidas, rubro en el cual se encuentra la empresa investigada.

2.1.2.2. Clasificación de las empresas de restauración según su tamaño

Ley de Promoción de la micro y pequeña empresa (2006):

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).

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)

Una infraestructura pequeña no permite el buen desplazamiento de personal y de los comensales, la comodidad, la tranquilidad, el espacio abierto, el acondicionamiento, son factores importantes que se perciben desde el primer instante que uno ingresa a un restaurante.

Por otro lado una empresa de reducido tamaño no podrá acoger a un número más grande de clientes, siempre atenderán a la misma cantidad impidiendo el desarrollo comercial de la empresa.

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.

La calificación de restaurante turístico es muy importante ya que genera confianza en el cliente, pues dicha categorización supone un control y supervisión constante del restaurante y el cumplimiento de los requisitos mínimos de higiene y seguridad.

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.”

En nuestra localidad la gran mayoría de establecimientos aún no han sido clasificados, por no contar con los requisitos antes mencionados , creciendo el sector de una manera inadecuada , impidiendo brindar así un servicio y producto de calidad.

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)

Las modalidades de los servicios permiten que los clientes adquieran el producto de la manera que mejor se ajuste a sus necesidades, hoy en día podemos ver el crecimiento de los establecimientos de comida rápida, como lo confirma así el portal de turismo donde nos manifiesta lo siguiente:

El sector Alojamientos y Restaurantes registró un crecimiento de 2,95% durante el año 2015, resultado que se sustenta en la mayor actividad del subsector restaurantes, con un incremento 2,94%, y del subsector alojamientos / hoteles con 2,99%, este último determinado por el aumento del servicio de hospedaje.

Así lo señala el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) en su último estudio “Producción Nacional: Enero – Diciembre 2015”, el cual revela que el crecimiento del subsector restaurantes se explica por la mayor

actividad de los rubros de comidas rápidas, pollerías, restaurantes, restaurantes turísticos, chifas, comida japonesa y café restaurantes.

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.

Hoy en día podemos ver que el tipo de servicio más usado es el servicio americano , donde las comidas salen directamente de la cocina hacia la mesa, es interesante como algunas personas manifiestan que les gustaría experimentar en la localidad un servicio bufet , permitiéndoles optar no por uno sino por varias opciones de sabores , podemos observar así los denominados combos , que ya se han establecido en algunos restaurantes , que consiste en la combinación de dos tipos de comidas diferentes en un solo platillo , dirigiéndonos exclusivamente al rubro de comidas rápidas , estos consisten en una porción de pollo a la brasa y otro de arroz chaufa , invención que es producto de la creatividad de cada emprendedor y de la acogida del producto así podríamos crear nuevos platillo , no según la necesidad sino del antojo del cliente.

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).

El consumidor debe estar seguro que lo que está consumiendo es seguro y fiable y esto se logra haciendo las cosas bien desde en principio, así mismo la mayor exigencia de los clientes hoy en día es la rapidez en la entrega del servicio, es fundamental también la interacción entre el empleado y el cliente.

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).

Toda empresa debe tener objetivos, el logro de dichos objetivos mide la calidad según el autor antes mencionado, así mismo las empresa deben tener claro su visión y misión, desde el gerente hasta el personal de más bajo rango.

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.

Los sistemas de calidad se implementan para optimizar costos, reducir tiempos, para implementar y capacitar, así todo el personal sabrá cuando y como hacer las tareas encomendadas, logrando eficacia y eficiencia en todo el proceso productivo

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)

Siempre parecemos estar disconformes, porque lo que a un establecimiento de sobra a otro de falta, si pudiéramos quitarle algo y/o aumentarle lo hiciéramos desde nuestra perspectiva de clientes, muchas veces no encontramos como dice el

enunciado anterior un establecimiento que cumpla con todos los requisitos que satisfagan nuestras expectativas, se tiene que invertir en eso que haga falta a corto medio o largo plazo de ello depende de la vida comercial de la empresa

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)

El personal calificado constituye hoy en día uno de los recursos más importantes a la hora de brindar el servicio , es decir no es lo mismo contratar a un camarero que solo termino la secundaria que contratar a un joven que está por terminar la u universidad o que posee una carrera técnica que tenga que ver con la empresa de restauración u otro que ya posea experiencia laboral en el rubro ... es por ello la dificultad con que las empresas puedan conseguir empleados muy rápidamente , otras sin embargo optan por los denominados sistemas de calidad , su objetivo es capacitar al personal que ingreso en corto tiempo y tenerlo operando lo más breve posible y así brindar un mejor servicio (rápido y oportuno) al cliente.

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.

Se tiene que elegir muy bien a las terceras empresas que ayudaran al restaurante en sus procesos, como la empresa abastecedora, la de recojo de personal (si existiese el caso), la empresa dedicada al recojo de desperdicios, las compañías de seguros etc., se debe trabajar en una relación de sincronización y respeto para evitar inconvenientes que afecten ambas partes.

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).

Estudiando los diferentes conceptos de lo que significa calidad, llegamos a la conclusión que todos tienen el mismo fin que es la de satisfacer plenamente

al cliente, de ello depende el éxito y la supervivencia de la empresa en el mercado. Las empresas de hoy en día tienen que estar en constante actualización. Preocuparse por medir la percepción que tienen los clientes acerca del servicio de la empresa y así poder obtener la lealtad del cliente (fidelización).

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.

Para medir la satisfacción de los clientes debemos aplicar encuestas periódicamente, llevar una base de datos de nuestros clientes, darle la oportunidad de acumular bonos o puntos para fidelizarlos, estrategias de ventas aplicadas en grandes empresas pueden ser ajustables a las empresas de restauración, siempre y cuando se invierta en tecnología que le permita a la empresa llevar un control de los consumos de sus clientes

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)

Los sistemas de datos, (de empleados) los programas de capacitación, la motivación de los trabajadores, el uso eficaz y eficiente de recursos y tareas, el buen clima laboral, de todo ello depende la calidad del recurso humano. Dicha calidad se verá reflejada en la satisfacción del cliente.

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).

Los ISOS de calidad a alcanzar, la consolidación de la marca, el posicionamiento en el mercado entre otros son los objetivos a lograr de toda la empresa. En nuestro país son muy pocas las empresas que están abocadas a alcanzar dichos objetivos, la necesidad es la de captar clientes a un bajo costo, muchas incluso son informales y no se dan cuenta de los beneficios que estos estándares de calidad le generaría.

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)

Hay restaurantes que solo funcionan bien cuando el gerente está presente , pero existen otros donde parece que el restaurante camina por sí solo , esto se debe a la planeación , se delega a los jefes ciertas responsabilidades , todo el personal sabe y esta consiente acerca de los objetivos y metas a alcanzar por la empresa.

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)

La calidad se puede medir por lo que el cliente opine del servicio , no se necesita una cantidad numérica , sino un sentido de apreciación y valoración.

Ramírez (2002), señala:

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)

El control es la función que realiza la máxima autoridad dentro de la empresa , muchas veces la máxima autoridad de la empresa son los mismos dueños y muchas veces no tienen formación en el rubro, delegan responsabilidades en base a criterios personales y no en base a conocimientos reales.

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)

El autor hace saber la importancia de la gestión de calidad, toda empresa tiene que distinguirse dentro del rubro a la cual pertenece, tiene que medir cualitativamente el servicio que brinda para obtener constantemente mejoras que le permitan captar nuevos clientes.

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)

Los controles internos son de vital importancia y son ejercidas por la cabeza administrativa, toma medidas preventivas, planifica, se asegura de la eficiencia y eficacia del recurso humano, realiza seguimientos, hace un buen control de los recursos financieros, datos contables y auditorios.

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).

Muy pocas empresas en la localidad tienen conocimiento sobre los manuales que promueve el mincetur, ya que no son restaurantes turísticos y también debido a la poca actividad turística, sin embargo estas prácticas son importantes para toda empresa que quiera dedicarse al sector no solo turistas nacionales o extranjeros se beneficiaran si el restaurante brinda calidad sino sus clientes locales también lo harán.

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).

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 dichas 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.

b) 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:

1. Estar inscritos en la SUNAT.
2. Contar con el certificado de clasificación y/o categorización expedido por el órgano regional competente.
3. 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)

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)

Es imprescindible que cumplan con ello ya que se pondrán metas las cuales tienen que cumplir y cuales han ido logrando.

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)

La supervisión no debe dañar las relaciones de empresa-clientes y mantiene las relaciones de dirigentes y subordinados; es aplicable a todas las áreas de operación de la empresa , así en vez de parecer algo autoritario se reflejara en base a los objetivos cumplidos.

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)

Los estándares nos permiten ofrecer un mejor servicio, hacen a las empresas más competitivas, los empleados realizan su labor orientado no a la empresa sino al cliente, en otras palabras hace que el servicio de la empresa no solo funcione sino que funcione en marcha hacia la excelencia.

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).

las buenas prácticas son las bases para la gestión de calidad, si bien todas las empresas del rubro de restauración tienen características diferentes , el objetivo final es la plena satisfacción del cliente , entonces podemos observar y darnos cuenta sobre algunos errores que cometieron empresas en el pasado para no volver a cometerlo en la nuestra .así mismo podemos darnos cuenta también sobre los aciertos de empresas que están en el medio y darnos cuenta de que depende el éxito comercial de dicho establecimiento , tratar de imitar pero mejorándolo y aplicándolo según las necesidades y características de nuestra empresa.

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).

Se necesita que los empleados estén convencidos que el trabajo que realizan lo realizan no porque deban hacerlo o por la remuneración salarial, deben estar convencidos que pertenecen a una familia, que todos deben empujar el barco en una misma dirección, que su trabajo tiene aportes importantes para la sociedad y sentirse orgulloso de ello, solo un trabajador bien motivado e inducido puede ser eficiente y eficaz.

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)

Al estar todo el proceso sistematizado, se pueden generar de ahí en adelante nuevos retos, nuevos objetivos, ver nuevos horizontes de expansión, se le puede dar mayor atención a aspectos antes impensables como por ejemplo:

pensar en utilizar productos reciclables, poder auspiciar eventos culturales, eventos de tipo social, hacer campañas de sensibilización y concientización ambiental, dándole un valor agregado a la empresa y su relación con la sociedad

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)

Las buenas prácticas traen consigo beneficios no solo para la empresa sino para el personal, clientes, proveedores, la comunidad local cerca al servicio y para mantener nuestro medio ambiente, etc.

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.

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).

Sirve a las empresas como modelo a seguir las características ya mencionadas porque podrán lograr exitosamente sus metas propuestas, buenas resultados y más concienciación.

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)

La descripción del autor es muy breve existen otros componentes en la administración, hoy en día los conceptos son cada vez más complejos debido a la exigencias de los clientes.

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.

Se puede decir que no menciona los objetivos de la administración, la importancia en el servicio o el producto final que es lo que finalmente consume el cliente.

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)

La planeación nos ayuda lograr primero los objetivos y a largo plazo la visión de la empresa.

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)

Planear es básicamente los lineamientos y pasos que se van a dar para lograr objetivos, si el administrador falla en la planeación, no consigue los objetivos trazados, significa pérdida económica para la empresa

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)

Los planes estratégicos significa como hacer el trabajo, cuando y en qué momento hacerlo, quien lo va hacer (delimitar funciones), con que material de soporte y cuanto (cuanto es el porcentaje que se invertirá) para lograr un objetivo este suele ser de un cumplimiento anual

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).

Toda estructura bien hecha es sólida, así aunque cada trabajador reciba las indicaciones del trabajo deben articularse entre sí con las tareas encomendadas a otro trabajadores, es la simbiosis la que permitirá la retroalimentación entre todo el equipo organizacional.

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)

Podemos observar en nuestro medio como muy pocas empresas de restauración se preocupan por este aspecto tan importante como es la gestión de calidad, si bien es cierto se preocupan por dar un buen servicio, existan otros factores como la mejoras constantes, es común ver siempre las mismas mesas, los cubiertos gastados, el piso en mal estado, la misma decoración, aspectos que

siendo tan sencillos se pueden mejorar, a fin de que el cliente sienta que le importa a la empresa.

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 “intangibles” 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 su puesto 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)

Si bien es cierto que el recurso humano es muy importante, también lo es que la empresa le brinde todas las comodidades para que el personal se pueda desempeñar de la mejor manera, dotarlos de equipos de comunicación, de un buen ambiente laboral, darles la oportunidad de ascender, beneficios laborales, reconocimientos etc. , así como es importante mantener a los clientes lo es también

mantener fieles a nuestros trabajadores , buscando siempre su satisfacción y progreso personal y laboral.

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)

Los administradores deben elegir muy bien los suministro en los restaurantes tienen que ser cuidadosamente seleccionados previamente al contrato con los proveedores dejarles claro como lo quieren y cuando. Es decir en el caso de una pollería las papas no deben estar muy maduras ya que el almacenamiento puede hacer que se malogren, el pollo debe ser traído con un día anterioridad a la elaboración, lo más fresco posible para poder ser marinado adecuadamente y así con todos y cada uno de los alimentos. Según el tipo de restaurante varía según la necesidad y consumo de clientes.

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)

Hoy en día con el crecimiento de la delincuencia , es muy común observar en las noticias como en los restaurantes los clientes son asaltados ,sin contar estas empresas con un sistema que les permita conectarse rápidamente con una central de ayuda muchas veces no cuentan con personal de seguridad y vigilancia. El poseer cámaras de vigilancia, contar con alarmas contra incendios, tener un programa de prevención de accidentes, hace que el cliente se sienta seguro durante su estancia.

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)

Esta responsabilidad recae en el administrador o contador de la empresa, si se quiere invertir en mejoras tienen que proveer que dichos gastos se van a poder recuperar a corto o mediano plazo y así no afecte en equilibrio económico de la empresa

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)

Los medios comunicativos (televisión, radio o internet) son medios que las empresas utilizan para comunicarse con sus potenciales clientes, hoy en día el mundo vive conectado a las redes sociales en ellas encontramos muchos servicios y también se publicitan empresas del entorno local, un restaurante que no publicita en estos medios simplemente no existe, atenderá siempre la misma cantidad de clientes, y no podrá expandirse.

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.

Es muy bien entendido que si el servicio o productos no fueron buenos son los mismos consumidores los que le darán el valor o lo desprestigiaran, lo comentaran con cuantas personas les sea posible generando una mala imagen de la empresa. Por el contrario si el servicio fue bueno le darán el valor que la empresa necesita para auto recomendarse, para lo cual se tiene que hacer las cosas bien desde el inicio, trabajando con estándares de calidad desde la apertura del negocio al mercado.

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).

Las campañas publicitarias tienen que ser constantes y agresiva, tanto que tienen que quedarse en la mente del consumidor siendo una posible alternativa a la hora de elegir un restaurante.

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)

Tener una base de datos, brindarles información de quien son y cómo trabajan, ofreciéndoles productos o servicios de acuerdo a sus necesidades, (físicas, económicas, tiempo) mediante el uso de formatos o encuestas podremos identificar eso que ellos (clientes) todavía no encuentran y que la empresa le puede ofrecer.

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. Estándares de 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)

La empresa refleja lo que es mediante los materiales físicos que posee, si existe algo en mal estado o con mucho uso, es la imagen que la empresa dará sus

clientes, como clientes buscamos siempre algo que impresione nuestros sentidos, salir de lo ordinario o común, creo que esto último es una estrategia que muy poco uso o valor le dan las empresas de restauración a los clientes.

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).

El personal reclutado tiene que ser evaluado en base a criterios personales para ser contratado; aspectos de su personalidad como: responsabilidad, amabilidad; seguridad, amigable, empático etc., todas estas cualidades tienen que ser constantemente supervisados y evaluados en base a resultados de trabajo.

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.

Es muy importante en el servicio de restauración: vasos resistentes vajillas blancas pisos de loseta. Ventanas fáciles de limpiar buena ventilación, iluminación adecuada, escaleras amplias, cubiertos nuevos, objetos que intervienen directa e indirectamente con la prestación del servicio.

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)

La impresión del sentido de la vista: una buena decoración, televisión, cuadros adornos, la impresión del sentido auditivo: colocar buen música, del sentido del olfato: oler solo el resultado del proceso de manufactura, no olores provenientes de la pre elaboración, poseer material para distracción mientras el cliente espera todos estos aspectos son importantes para el cliente.

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)

En la mayoría de restaurantes de nuestra localidad, no tienen estilo propio o mejor dicho ningún estilo, si bien se preparan para que el sabor sea el mejor (y lo consiguen) el ambiente es el que les dará la distinción (junto con el sabor) un ambiente que agrade a los sentidos en general , solo hay que tener creatividad y un poco de buen gusto.

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)

Muy pocas veces se observa en una pollería por ejemplo una imagen referente a los atractivos de Chimbote, a su bahía, a los recursos que se extraen, fotografías de la ciudad o de las personas que consumen en el local, sería excelente que el local posea una base de datos fotográfica de sus clientes y sean mostrados en algún

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).

Muchas veces vemos restaurantes muy luminoso por fuera: esto tal vez puede decir algo como: estoy aquí mírame , pero al interior carece de vida , de personalidad , solo vemos las típicas fotografías de la comida que se vende , no tiene vida propia , entonces podemos decir que lo de afuera tiene que coincidir con lo que se ve por dentro también.

b) 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 (50 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)

Las cocinas tienen que tener un tamaño adecuado que permita el fácil desplazamiento de sus cocineros y ayudantes , esto permite un mejor desempeño del personal y una reducción de riesgos a la hora de trabajar.

Al respecto Feijoó (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)

La infraestructura, tiene que ser amplia, un restaurante es un lugar muy frecuentado, a diferencia de otras empresas, gente que se traslada de un lugar a otro, mozos yendo y viniendo, cuantas veces nos encontramos con sillas que se topan entre sí, teniéndonos que poner de lado para no toparnos con otros comensales que ingresan o salen, esos aspectos no deben darse en un restaurante de calidad.

c) Almacén

Mincetur (2008), indica que 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).

El encargado o jefe del área de almacén tiene que usar los productos que fueron almacenado en un primer momento evitando así que se malogren o descompongan , los productos o alimentos almacenado con anterioridad tienen que estar delante de los alimentos que se adquirieron luego . Contante supervisión del estado de los alimento, eliminación de productos que están en mal estado, una adecuada desinfección de la cocina, los servicios higiénicos no deben estar muy cerca de la cocina, control de plagas etc. Esto permitirá también reducir costos en los desperdicios que se puedan generar.

d) Comedor

Sánchez Feito (2000), manifiesta que 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)

Nadie se siente cómodo en lugares pequeños donde el roce es constante donde no hay buena ventilación, donde hay demasiada gente cerca, donde las escaleras o pasadizos son angostos, los comedores son un claro ejemplo de espacio y funcionalidad.

e) 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).

Los servicios higiénicos, deben ser diferenciados para, clientes, personal, y clientes con discapacidades físicas, esto es lo que tomara en cuenta el cliente “la infraestructura está pensada en mi “

f) 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)

g) 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)

Los espacios de cada quien deben ser bien implementados, espaciosos y de fácil acceso.

2.3.3.3. Estándares de buenas prácticas en la gestión del servicio

a) Recepción de insumos

Feijoo (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).

La recepción de insumos es el primer paso en el proceso de producción, el personal encargado tiene que hacer un trabajo minucioso y tener la confianza que su proveedor le está entregando un buen alimento

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).

Feijoó (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)

Cada ambiente del restaurante tiene que ser medido térmicamente, así pues la temperatura de la cocina no debe ser iguala al del almacén o al del comedor cada cual debe estar en sus óptimas condiciones para que se mantenga el ambiente adecuado de trabajadores y clientes.

c) Apertura del centro de producción

Antes del inicio de producción de alimentos y bebidas se debe proceder a la apertura del centro de producción o cocina, lo que implica controlar el estado general de limpieza del ambiente y verificar que se dispone de todo lo necesario para iniciar el servicio, también se puede emplear este momento para reunir al personal e informarle sobre las necesidades de producción.

d) 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).

La higiene según las normativas nacionales del ministerio de salud, son dadas para garantizar el bienestar del consumidor.

e) 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).

Existen profesionales de cocina y personas que empíricamente obtienen buen sabor en base a su experiencia, cualquiera de las dos opciones es válido siempre y cuando cumplan las exigencias de salubridad.

f) 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).

Tener todo listo para el flujo de clientes que normalmente tiene el restaurante, brindando un servicio rápido y oportuno.

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).

El inmobiliario debe sobrar y no faltar nunca, un cliente que llega y no encuentra mesas se ira rápidamente, esto tiene q ser previsto con anterioridad al proceso productivo.

g) 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).

h) Atención del comedor

La Dircetur Cusco (2009), señala que 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.

Para esto el recurso humano y sus características personales y de capacitación son de vital importancia, estar conectado con el cliente brindando un servicio personalizado.

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).

Los meseros tienen que tener claro el objetivo de la atención rápida y cordial, tiene que tener cualidades innatas de empatía y amabilidad, siempre teniendo cuidado de no cometer errores en los pedidos. (Llevar un control con notas)

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).

El cliente siempre tiene la razón dice el dicho, es decir si el cliente inicia pidiendo con un poco más de esto o poco de aquello, el mesero tiene que tener por entendido que debe satisfacer las necesidades del cliente cada uno es único y especial, se le hará saber de manera cordial si esto tiene un recargo o no, siempre y cuando se pueda conceder en la medida que esto sea posible.

i) Servicio de bar

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

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).

j) 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).

k) 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.

El cierre del proceso de producción culmina con la mejor optimización de limpieza e higiene posible para evitar enfermedades y proliferación de plagas.

l) Mantenimiento

El mantenimiento de los equipos de un restaurante es fundamental para que la prestación del servicio no se interrumpa y por otro lado ayuda al ahorro de la empresa.

Vertice (2009), afirma:

Las imperfecciones de la cocina y las flamas son muy riesgoso, por ello se debe tener un especial mantenimiento, como ver que las llamas sean altas.

Cuidar de la limpieza de los menajes, mantelería, mobiliario y mantenimiento de todas las instalaciones del establecimiento.

Vigilar el mantenimiento del servicio, promoviendo la pronta subsanación de las deficiencias e irregularidades

m) 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).

En toda empresa de restauración es de vital importancia la limpieza y desinfección porque con ello se evita cualquier contaminación o intoxicación.

2.3.3.4. Estándares de 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 detallan 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.

Chimbote es una ciudad afectada por la contaminación medioambiental es indispensable las normas locales que establezcan que las nuevas empresas en el rubro de restauración aporten a la disminución de la contaminación tratando por ejemplo sus aguas residuales , utilizando materiales biodegradables etc.

- **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).

Al contar con empresas medioambientalmente responsables, estaremos garantizando también la preservación de nuestros propios recursos naturales y mejorando la productividad de actividades terciarias.

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)

Las empresas que invierten en las mejoras medioambientales, son las empresas que se quedarán en el mercado por mucho más tiempo, la contaminación es la problemática de hoy en día más fuerte a nivel mundial, los turistas extranjeros prefieren locales donde este tipo de acciones se implementan.

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).

El agua potable es el agua que se debe usar en los restaurantes , utilizar el agua corriente , no reutilizar el agua que ya está sucia , utilizar solo lo necesario y no desperdiciar ,es uno de nuestros recurso natural más importantes y del que mayor cuidado deben tener las empresas.

b) Uso de la energía eléctrica

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

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).

Depende de la energía para que una empresa funcione, sin ella no se podría ejecutar ningún proceso productivo.

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.

Solo si se adquieren materias primas de calidad, obtendremos un buen producto: por ejemplo usando alimentos orgánicos, carnes sin hormonas , vegetales frescos etc.

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)

Los residuos provenientes del servicio de restauración deberían estar a cargo de una asociación de restauración y les pueda ayudar a lograr un mejor provecho: por ejemplo destinar los residuos orgánicos a terceras empresas como empresas dedicadas a crianza de animales porcinos.

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)

La adaptación al medio va más allá de la infraestructura, es adecuarse a las costumbres y creencias de la población, lo que consumen y como y cuando lo consumen.

2.3.3.5. Estándares de 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)

Las empresas deben participar activamente de los problemas sociales si bien es cierto no pueden solucionar dichos problemas, pueden ser socialmente activos promoviendo, enseñando y valorando la cultura local por ejemplo.

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)

Una manera de apoyar es presentando por ejemplo eventos culturales, comprando directamente los productos que se generan en la localidad pero haciéndole saber a la comunidad cual es la finalidad de dichas acciones.

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)

Si una empresa no consigue personal, capacitar a jóvenes que muchas veces se encuentran sin oportunidades de estudio por falta de dinero, para que de esta manera la empresa solucione el problema de personal y al mismo tiempo contribuya con la comunidad.

III. METODOLOGIA

3.1. Tipo de investigación

La investigación se desarrolló como un estudio de caso único, de tipo mixto (cualitativo y cuantitativo) puesto que se han obtenido tanto datos de tipo cuantitativo como cualitativos; sobre los estudios de caso, Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan que se pueden definir como “estudios que al utilizar los procesos de investigación cuantitativa, cualitativa o mixta; analizan profundamente una unidad para responder al planteamiento del problema. (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008)...la unidad o caso investigado puede tratarse de un individuo, una pareja, una familia, un objeto, un sistema, una organización, etc. (p. 163)

Por otro lado, Hernández Sampieri y otros (2010) indican que “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 (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008)” (p. 546)

3.2. Nivel de la investigación

La investigación adoptó un nivel exploratorio y descriptivo, Hernández Sampieri y otros (2010) indican:

“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)

3.3. Diseño de la investigation

La investigación adoptó un diseño de un caso único transversal, al respecto Hernández Sampieri y otros (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)

3.4. Caso

El caso que se investigó es una pequeña empresa turística, dedicada al rubro de la restauración, ubicada en el distrito de Chimbote, en la cual se investigó 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.

3.5. Definición y operacionalización de las variables

a) Definición conceptual

Para la investigación de calidad del servicio está dada por el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas. Mincetur (2012), señala que: 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, 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.

3.5.1. Definición operacional

Variable	Dimensión	Sub dimensión	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
		Prelistamiento 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

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Los estudios de casos permiten emplear una serie de técnicas e instrumentos de investigación que permitirán obtener tanto datos cuantitativos como cualitativos; las técnicas que se emplearon en la investigación serán 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 apoyará en el uso de cinco (5) guías

de observación, las cuales estuvieron 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 empleó la cámara fotográfica para el registro de las imágenes más significativas.

Otro instrumento que se empleó fue el cuestionario, Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (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 aplicará con la finalidad de obtener información sobre las características del personal de la empresa, tanto administrativo como operativo; la modalidad de aplicación del instrumento será a través de una entrevista personal, al respecto Hernández Sampieri, Fernández y Baptista (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, Fernández y Baptista (2010) indican que 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 apoyará además de la guía de preguntas en el uso de una reportera y una libreta de campo.

3.7. Análisis de datos

El análisis de la información cuantitativa se realizó con el empleo del 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 fueron presentados en cuadros y gráficos estadísticos.

La información obtenida a través de la aplicación de las guías de observación se ha organizado agrupando los resultados por cada una de las dimensiones de la variable en estudio y de manera global en tablas estadísticas.

Respecto a la información obtenida por medio de la aplicación de la entrevista semiestructurada y de la observación se realizó a través de un análisis cualitativo describiendo el comportamiento de cada una de las variables en estudio.

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 obtuvo datos para estructurar el perfil del personal tanto administrativo como operativo, el periodo de duración de la toma de información dependerá de la disponibilidad del personal.

Tercera etapa:

Se aplicó las cinco guías de observación para evaluar la calidad del servicio en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas, el tiempo de aplicación dependerá de la disponibilidad de la empresa.

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

3.8. Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivos de investigación	Variables y dimensiones	Caso	Diseño	Instrumento
<p>¿Cuál es la calidad del servicio del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2017?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Evaluar la calidad del servicio del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, en base al cumplimiento de los 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 restaurante pollería “ El Rikoton Chicken “ e Chimbote, relacionadas a su historia, organización, oferta, demanda y perfil 	<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>del personal.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de 				
--	---	--	--	--	--

	<p>Chimbote 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 del servicio del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017. • Determinar y describir el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de 				
--	---	--	--	--	--

	<p>Chimbote 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 pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.				
--	--	--	--	--	--

3.9. Principios éticos

La investigación ha considerado los principios de confiabilidad, confidencialidad y respeto a la persona humana

- Confiabilidad: Los datos presentados reflejan la realidad captada en el proceso de recolección de información, bajo la supervisión del Docente Tutor Investigador.
- Confidencialidad: únicamente se ha considerado la información que el propietario de la empresa ha autorizado, garantizando la absoluta discreción de información confidencial.
- Respeto a la persona humana: La obtención de la información se ha llevado 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 pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, en el año 2017

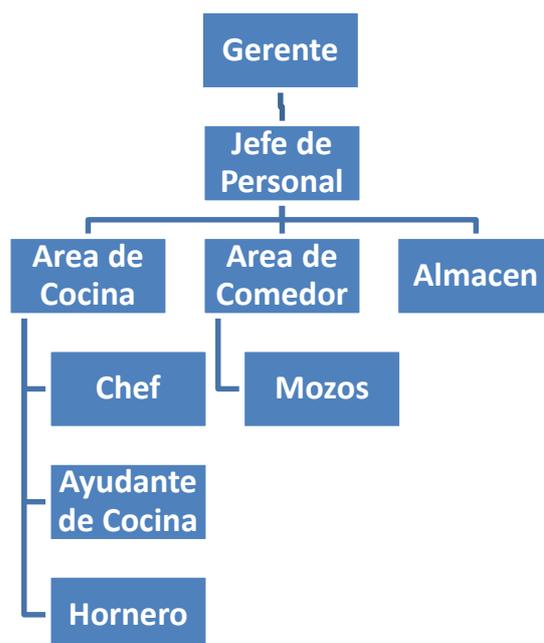
a) Historia del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote

La empresa se originó en el año 2008 en la ciudad de Lima en el distrito de San Juan de Lurigancho. El propietario Sr. Marco Antonio Roca, quien años antes había trabajado en una pollería como hornero, ante la necesidad de auto emplearse, tuvo la idea de emprender su propio negocio abriendo así su primera pollería. Hoy en día es propietario de una franquicia que cuenta con 6 locales en Lima y recientemente este año abrió el restaurante pollería “El Rikoton Chicken “en la ciudad de Chimbote. Se encuentra ubicado en la esquina de las avenidas Leoncio Prado y Enrique Palacios, frente a la plaza de armas de Chimbote.

Sin duda el logro más importante es haberse consolidado como una franquicia, teniendo la preferencia del público en las zonas de Lima y poco a poco también en Chimbote.

**b) Organigrama del Restaurante pollería “El Rikoton Chicken “ de
Chimbote en el año 2017**

Figura: N° 01: Organigrama del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, en el año 2017



Fuente: Elaboración propia en base a la información de la empresa.

A continuación, se presenta las funciones de cada puesto:

b.1) Gerente

En la gerencia se encuentra a cargo el propietario del restaurante pollería, Sr. Luis Fernando Carranza Villalba, desarrolla las siguientes funciones:

- Planifica, organiza y ejecuta los procesos administrativos. ▪
- Delega funciones para el manejo general.

b.2) Jefe de personal

- Asegura que la calidad estándar de los alimentos y bebidas de la producción del servicio en los comensales se mantenga constantemente en la misma calidad.

- Supervisa el trabajo del personal operativo.

b.3) Cocineros

- Se encargan de la elaboración de los platillos para el servicio del restaurante.
- Se asegura de utilizar los insumos

b.4) Auxiliar de cocina:

- Auxilia al cocinero en el lavado y desinfección de vegetales.
- Es responsable de la preparación de ciertos alimentos como las ensaladas, para hacer más eficiente el servicio.
- Responsable de mantener limpias las áreas de la cocina.
- Responsable de lavado de utensilios y menaje.

b.5) Cajero:

- Responsable de cobrar las cuentas del consumo.
- Cierre de caja

B.6) Mozos

- Recibe al cliente.
- Hace el pedido de la carta
- Se encarga de llevar los platos a la mesa.
- Al termino de sus labores se encargan de limpieza general del salón

C) Oferta del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

La oferta del restaurante “El Rikoton Chicken” es básicamente el pollo a la brasa, lomo saltado, pollo broaster (comida rápida) también los denominados combos (pollo a la brasa y arroz chaufa), además ofrece el servicio de catering el cual ofrece almuerzos y cenas a grupos corporativos e instituciones. Cuenta con una capacidad instalada para un aproximado de 60 personas, la atención es de lunes a domingo de 10.00 am. a 11.00 pm. La decoración del comedor es moderna y adecuada para un restaurante pollería.

d) Demanda del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017.

Los clientes del restaurante es el público en general de la ciudad de Chimbote, especialmente familia, amigos y empresas del medio. Son los fines de semana los días de mayor demanda.

e) Perfil del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

Para determinar el perfil del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, se aplicó un cuestionario a los 09 empleados que conforman el personal, los cuales son los siguientes: 1 administrador, 3 meseros, 1 jefe de personal, 1 hornero, 1 cocinero, 1 ayudante de cocina y 1 cajera. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

Tabla 01 perfil del personal del restaurante “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

DATOS GENERALES																											
Sexo				Procedencia						Edad																	
Masculino		Femenino		Local		Nacional		Otros países		20-30años		31-40años		40-50años		50-60años											
n	%	n	%	N	%	n	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%										
5	55,6	4	44,4	8	88,9	1	11,1	-	-	5	55,6	4	44,4	-	-	-	-										
ESTUDIOS																											
Nivel de Estudios												Especialidad vinculada en el puesto															
PI		PC		SI		SC		STI		STC		SUI		SUC		PG		EVP		ENVP							
n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%						
-	-	-	-	-	-	3	33,3	2	22,2	2	22,2	-	-	2	22,2	-	-	4	100	0	0						
DESEMPEÑO EN LA EMPRESA																											
Área						Tiempo laborando en la empresa				Capacitación				Tipo de Capacitación													
ADM		COC		SAL		0-1				Si		No		H		S.A.		B		A.G.		C		A C			
n	%	n	%	n	%	n	%			n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
3	33,3	3	33,3	3	33,3	9	100			7	77,7	2	22,2	0	0	2	22,2	-	-	2	22,2	0	0	0	0	3	33,3

Nivel de Estudios: **PI** (Primaria inconclusa); **PC** (Primaria Completa), **SI** (Secundaria Inconclusa); **STI** (Superior técnica inconclusa); **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); **ENVP** (Especialidad no vinculada con el puesto)

Área: **ADM** (Administrativa); **COC** (Cocina); **SAL** (Salón o comedor), Tipo de Capacitación **H** (Higiene), **S.A.** (seguridad alimentaria), **B** (bar), **A.C.** (atención al cliente), **C** (cocina) y **A y G** (administración y gerencia)

Fuente: elaboración propia.

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

La sección datos generales, presenta el sexo, procedencia y edad de cada uno de los nueve integrantes del personal.

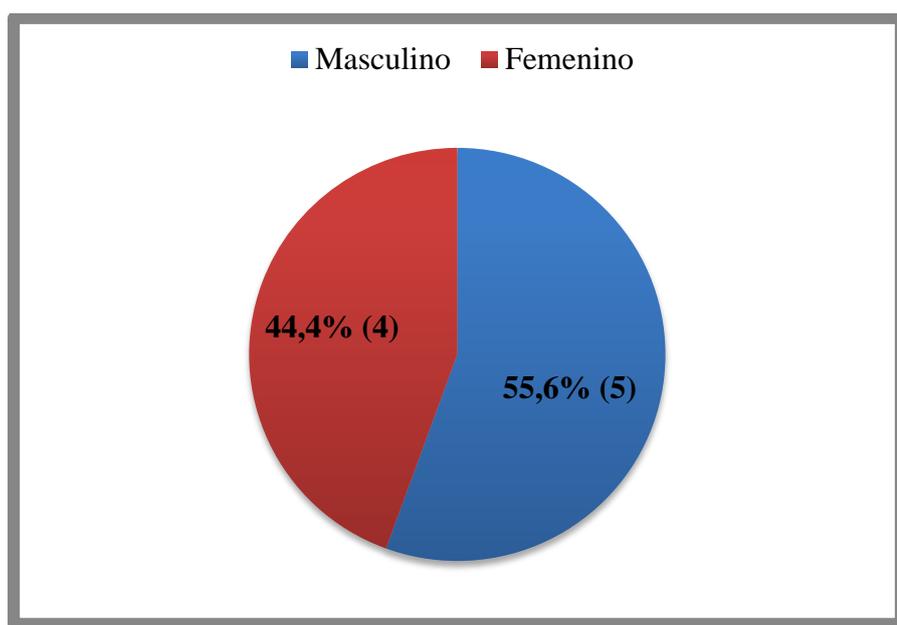


Figura 02: Sexo Del Personal Del Restaurante Pollería “El Rikoton Chicken” En El Año 2017

Fuente: Tabla 01

En la Figura 02, con respecto al sexo del personal, de un total de 09 trabajadores, muestra que 05 trabajadores, es decir el 55,6% corresponden al sexo masculino y 04 trabajadores que equivale al 44,4% corresponden al sexo femenino.

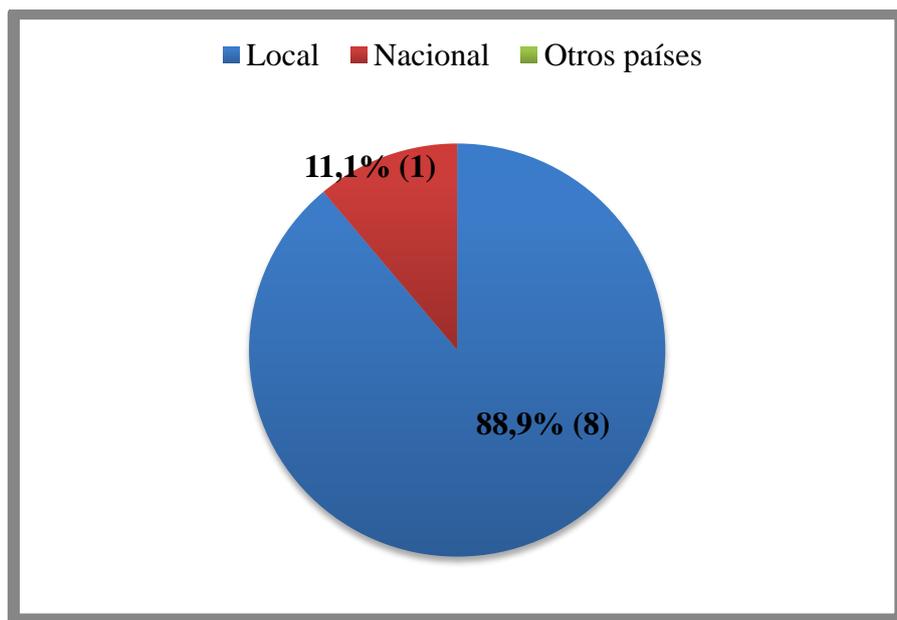


Figura 03: Lugar de procedencia del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” en el año 2017

Fuente: Tabla 01

En lo referente al lugar de procedencia, la Figura 03, muestra que el 88,9% del personal, 8 trabajadores, son originarios de la ciudad de Chimbote, mientras que 1 trabajador, es decir el 11,1%, son de Lima.

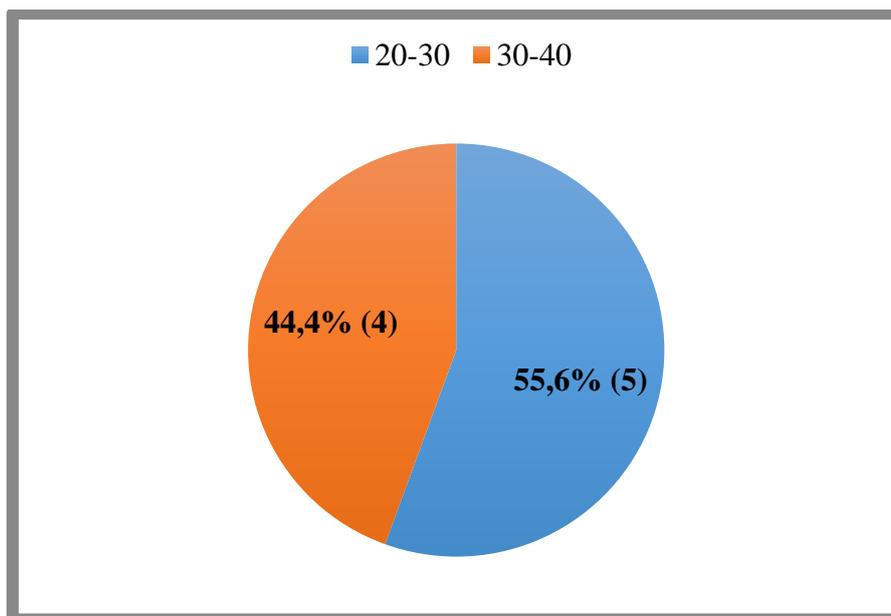


Figura 04: Edad del personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” en el año 2017

Fuente: Tabla 01

Figura 04, presenta la edad del personal, podemos ver que el grupo etario que tienen entre 20 y 30 años de edad, haciendo un total de 5 personas es el 55,6%, mientras que el 44,4% corresponden a 4 colaboradores, quienes tienen entre 30 y 40 años de edad.

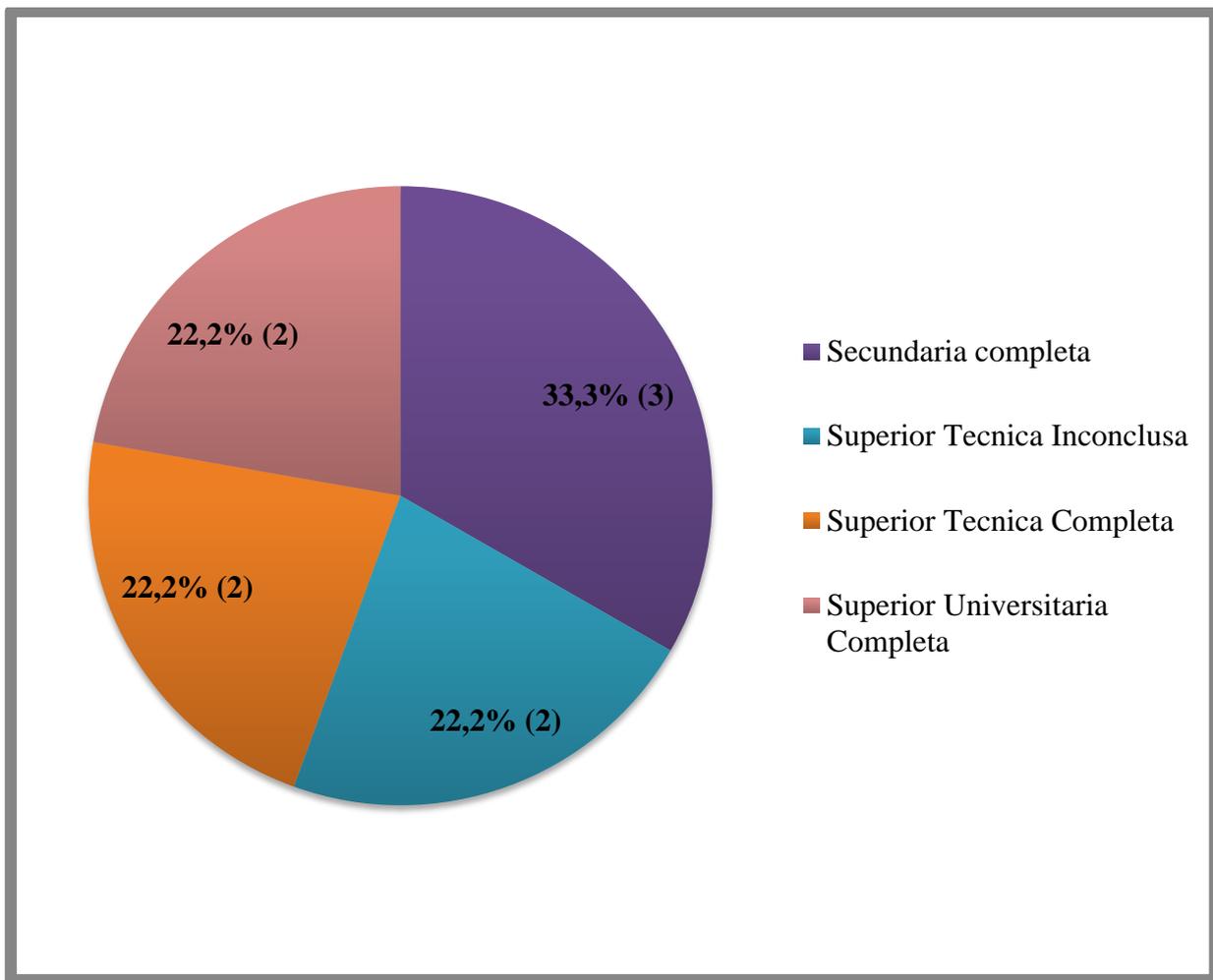


Figura 05: Nivel de estudios del personal del Restaurante Pollería “El Rikoton Chicken” en el año 2017

Fuente: Tabla 01

En la Figura 05, se presenta el nivel de estudios del personal, donde se puede apreciar que el 33,3%, es decir 3 trabajadores, cuentan con secundaria completa, otro 22,2%, es decir 2 trabajadores, cuenta con superior técnica incompleta, otro 22,2%, es decir 2 trabajadores, cuenta con superior técnica completa. Por otro lado, se observa, que otro 22,2%, es decir 2 trabajadores, cuentan con superior universitaria completa.

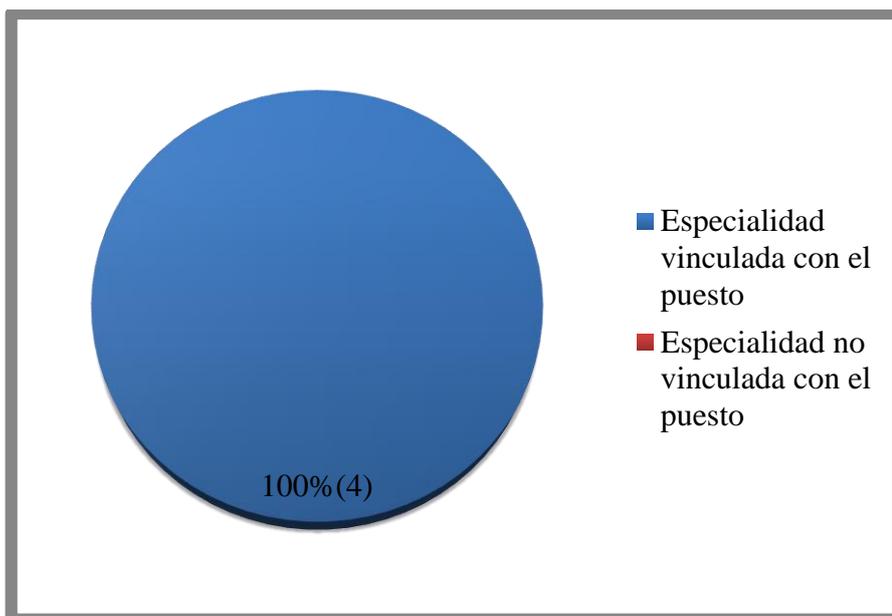


Figura 06: Personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” en el año 2017, según el vínculo de su especialidad con el puesto de trabajo

Fuente: Tabla 01

En la Figura 06, se muestra la vinculación de la especialidad con el puesto de trabajo de cada trabajador, se observa que el 100%, es decir 4 trabajadores poseen especialidad que se vincula con su puesto de trabajo.

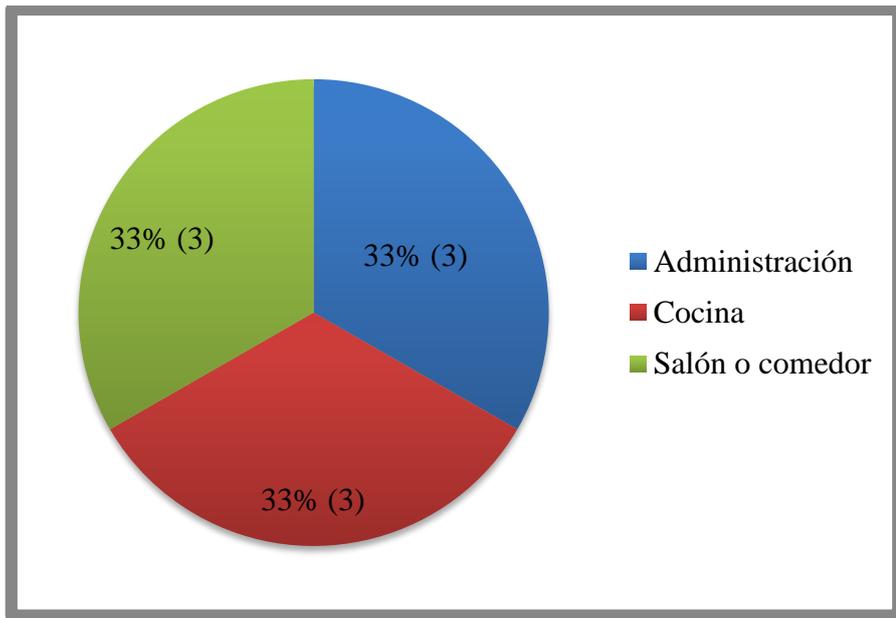


Figura 07: Personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” en el año 2017, según el área en que trabaja

Fuente: Tabla 01

La Figura 07, muestra el personal según su área de trabajo, la empresa cuenta con 9 trabajadores, distribuidos en 3 áreas; en el área de administración cuenta con el 33,3%, el cual equivale a 3 trabajadores, el área de cocina cuenta con el 33,3%, es decir 3 trabajadores y el área de salón o comedor cuenta con el 33,3%, que equivale a 3 trabajadores.

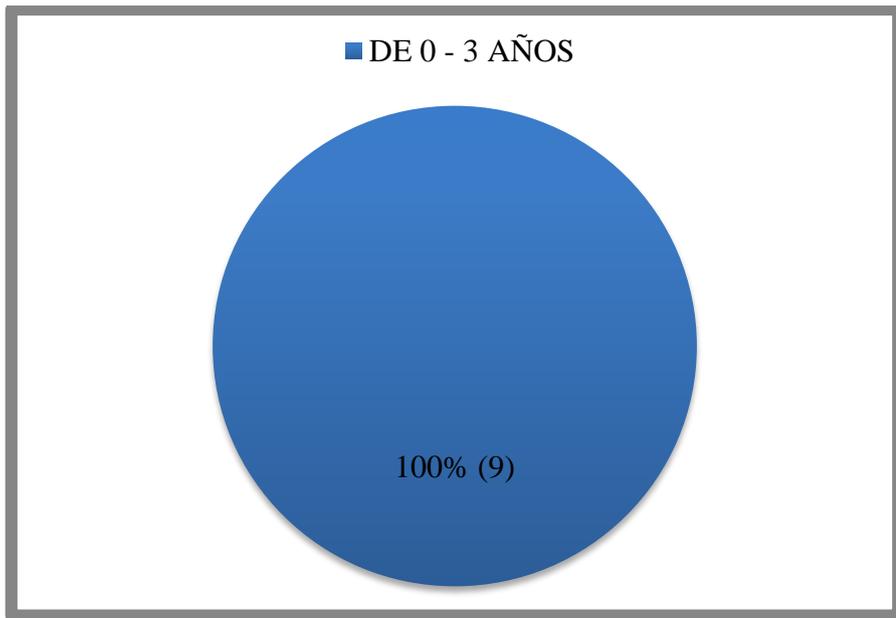


Figura 08: Personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” en el año 2017, según el tiempo que llevan laborando en la empresa

Fuente: Tabla 01

En la Figura 08, se aprecia el tiempo que llevan laborando en la empresa, se observa que el 100%, es decir 9 trabajadores, llevan en la empresa laborando entre 1 a 3 años.

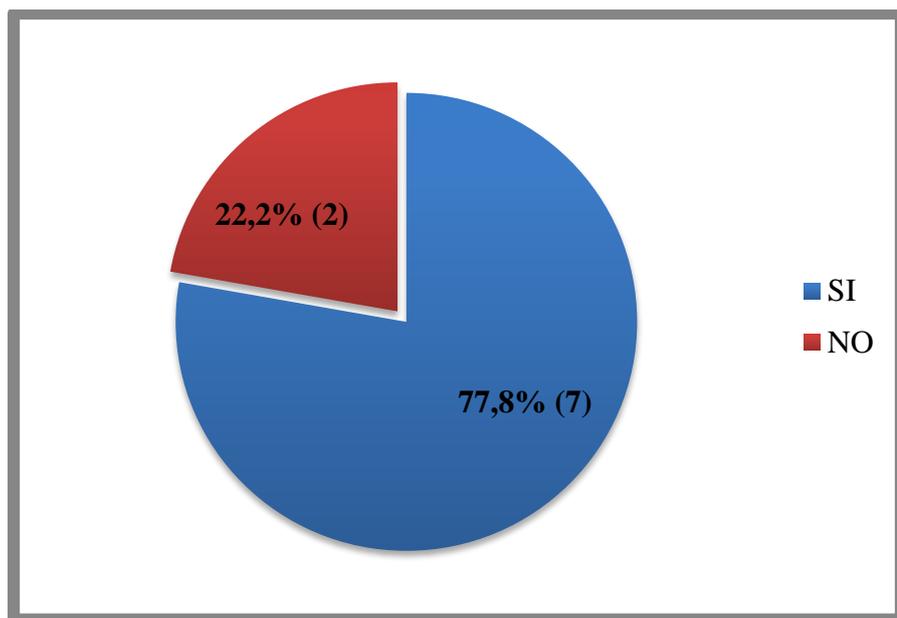


Figura 09: Personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” en el año 2017, según capacitación recibida en la empresa

Fuente: Tabla 01

En la Figura 09, muestra información con respecto a las capacitaciones recibidas por el personal, se obtuvo que el 77,8% de los trabajadores ha recibido algún tipo de capacitación, es decir 7 trabajadores, mientras que el 22,2%, es decir 2 trabajadores, no ha recibido capacitaciones.

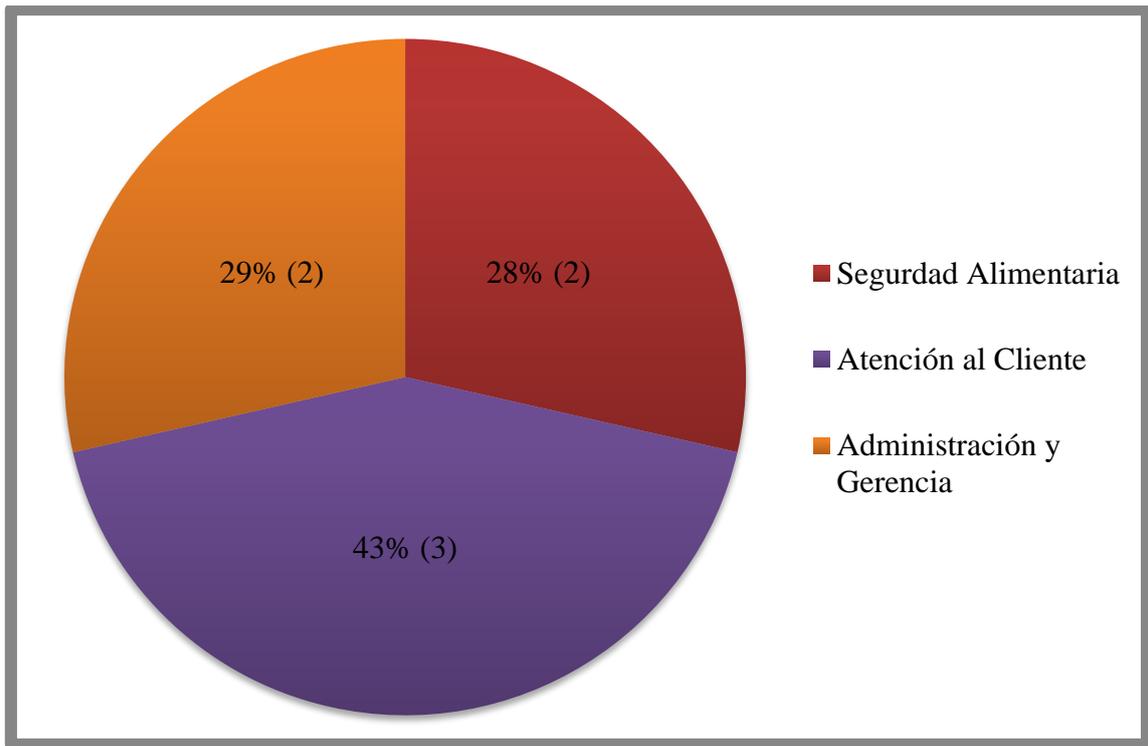


Figura 10: Personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” en el año 2017, según tipo de capacitación recibida en la empresa

Fuente: Tabla 01

La Figura 10, muestra el tipo de capacitación que se les brinda a los colaboradores del restaurante pollería, se aprecia que el 43%, es decir 3 trabajadores, recibe capacitación en atención al cliente, el 28%, es decir 2 trabajadores, recibe capacitación en seguridad alimentaria, el 28%, es decir 2 trabajadores, reciben capacitación en Administración y Gerencia.

4.1.2. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas

En el presente apartado se muestra las tablas con los resultados obtenidos con respecto al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas a través de la aplicación de 5 guías de observación, que evalúan las buenas prácticas referentes a gestión empresarial, equipamiento e infraestructura, gestión del servicio, gestión medioambiental, y gestión sociocultural. A continuación se presenta las tablas y Figuras y análisis de resultados de cada uno de estos indicadores.

4.1.2.1. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, 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 restaurant pollería “El Rikoton Chicken”.

Tabla 02: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión empresarial en el restaurante pollería “Rikoton Chicken” de chimbote en el año 2017

Sub Dimensión	Numero de Estándares			Porcentaje de Estándares		
	Cumple	No Cumple	Evaluados	Cumple	No Cumple	Evaluados
Planificación	4	0	4	7,4%	0,0%	7,4%
Organización	3	0	3	5,6%	0,0%	5,6%
Gestión de calidad	4	2	6	7,4%	0,0%	7,4%
Gestión de recursos humanos	14	1	15	25,9%	1,9%	27,8%
Gestión de suministros y proveedores	5	0	5	9,3%	0,0%	9,3%
Gestión de seguridad	6	2	8	11,1%	3,7%	14,8%
Gestión financiera y contable	3	0	3	5,6%	0,0%	5,6%
Gestión de comunicación y marketing	7	5	12	13,0%	9,3%	22,2%
TOTAL	46	10	56	85,0%	15,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 02 podemos observar que en la gestión empresarial se han evaluado un total de 56 estándares distribuidos en 8 sub dimensiones: 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; de los 56 estándares evaluados el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote cumple con 46 (85,0%).

a.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

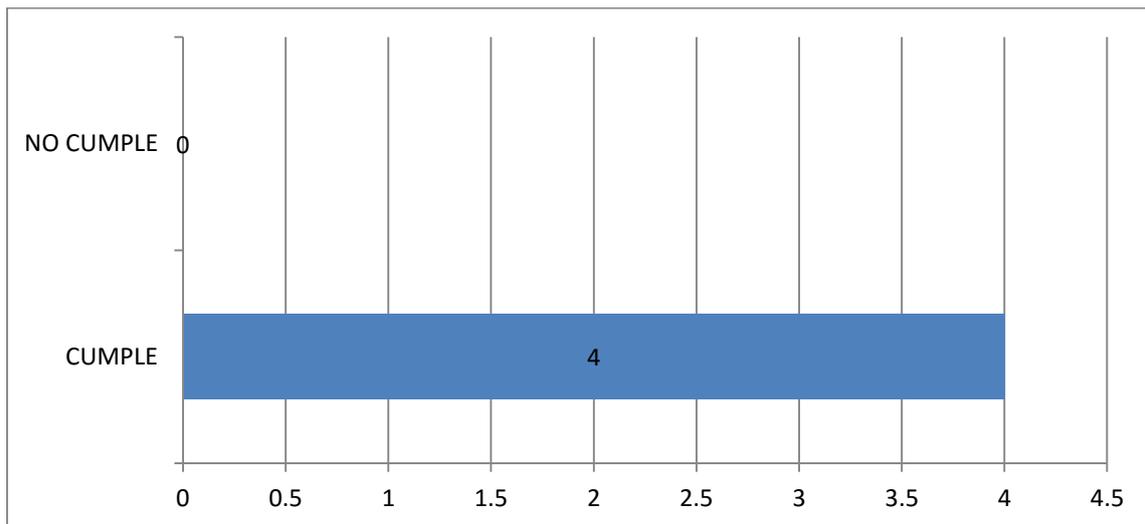


Figura 11: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la planificación en el restaurante pollería “El Rikotón Chicken”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 11, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en planificación, de los 4 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares, debido a que cuenta con un plan estratégico; así mismo cuenta con planes operativos en sus diferentes áreas, políticas establecidas y un plan de negocios.

b.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

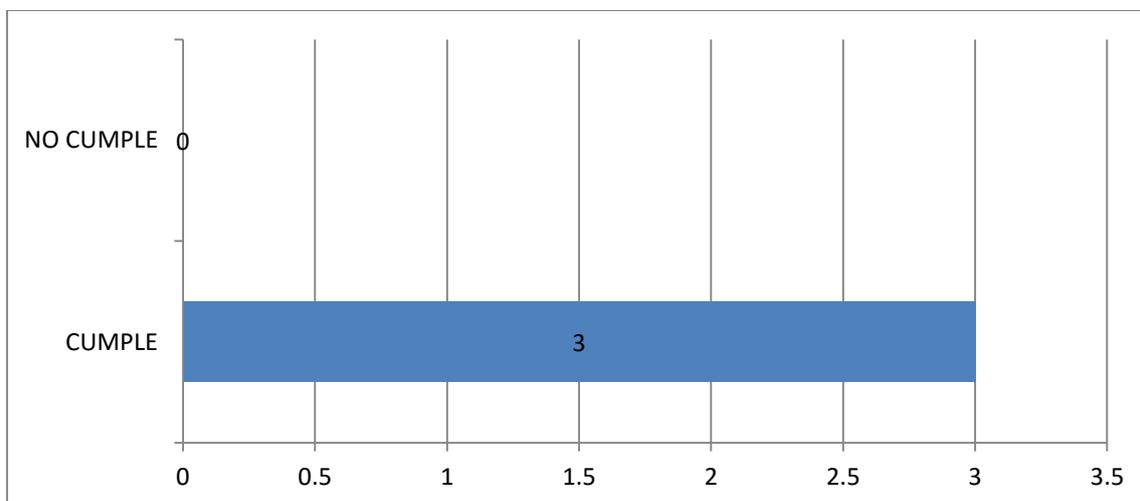


Figura 12: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 12, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la organización, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares, debido a que 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 y con un sistema de comunicación formal.

c.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

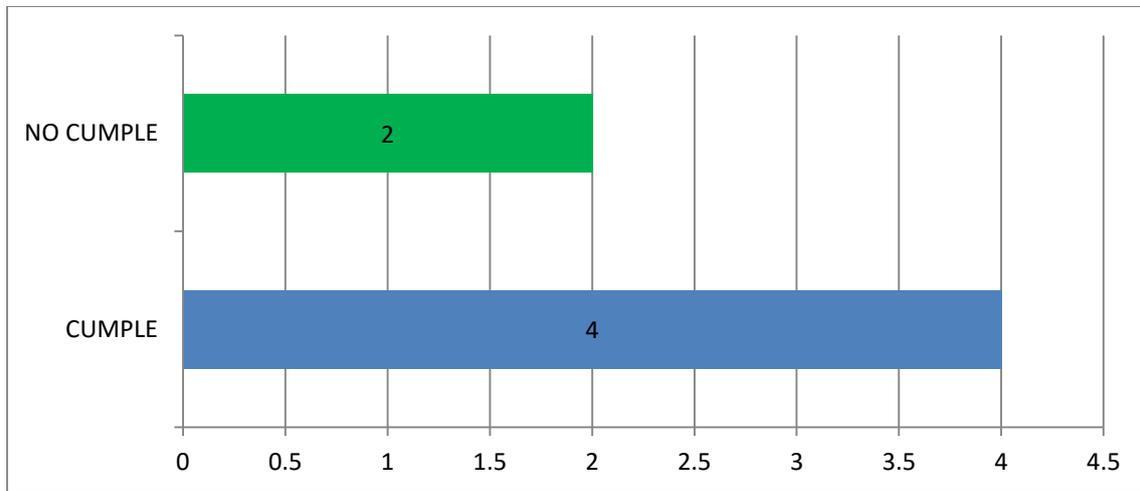


Figura 13: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de la calidad en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 13, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de calidad, de los 6 estándares evaluados la empresa cumple con 4, debido a que cuenta con un sistema de control de calidad, ha definido los aspectos que deben ser monitoreados, realiza auditorías internas, cuenta con un sistemas de quejas, reclamos sugerencias. sin embargo no cumple con dos estándares ya que no mantiene un programa de acciones correctivas, y no hace seguimiento ni mide la satisfacción del cliente,

d.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

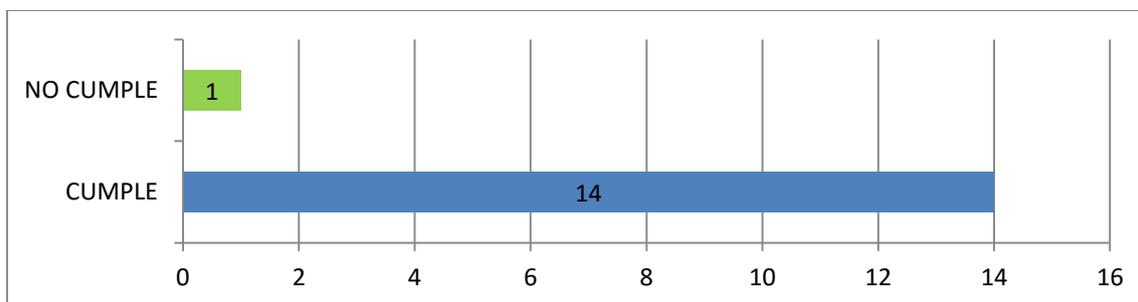


Figura 14: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos en el restaurante pollería “EL Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 14, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de recursos humanos, de los 14 estándares evaluados la empresa cumple con 13 estándares, debido a que la empresa ha definido los perfiles de puesto de trabajo, ha definido el proceso de selección de personal, cuenta con un archivo de datos del personal, cuenta con un programa de inducción de 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 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, así mismo se observó que no cumple con un estándar en cuanto a que la empresa no ha establecido mecanismos para que el personal comunique sus sugerencias sobre el servicio.

e.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

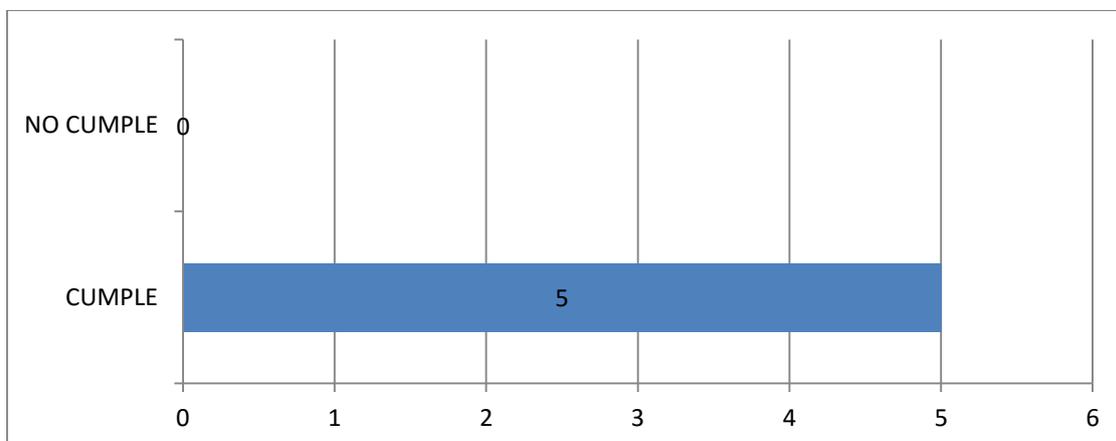


Figura 15: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de suministros y proveedores en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 15, se aprecian los resultados en cuanto a la gestión de suministros y proveedores, de los 5 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares, debido a 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; por otro lado se han establecido horarios y procedimientos para la recepción de los productos; así mismo se emplea formatos para formalizar sus pedidos.

f.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de seguridad en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

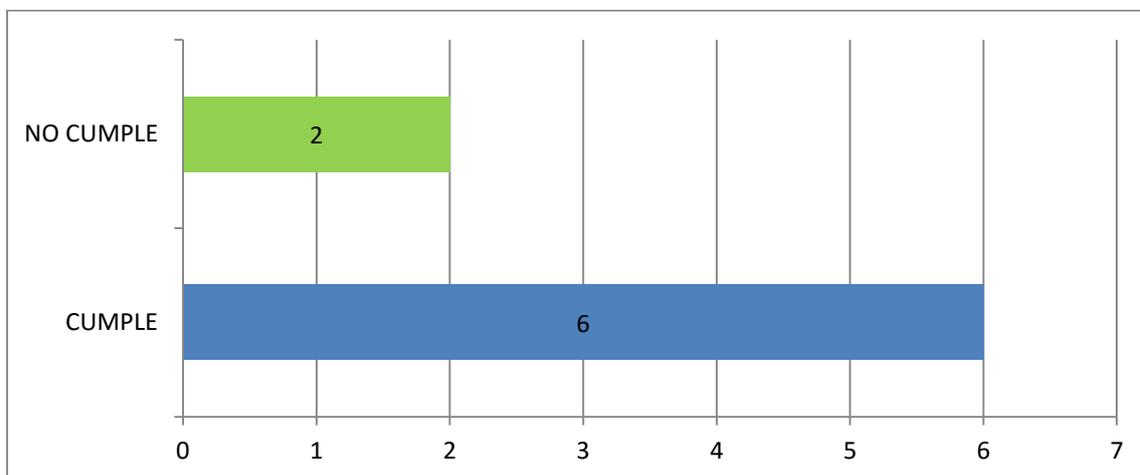


Figura 16: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de seguridad en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 16, se aprecian los resultados en cuanto a la gestión de seguridad, de los 8 estándares evaluados la empresa cumple con 6 estándares, puesto que la empresa ha identificado sus riesgos y peligros (reales y potenciales) brinda capacitaciones al personal en temas de seguridad, así mismo cuenta con equipos y dispositivos de seguridad tanto para los clientes como para los empleados; a la vez cuenta con el certificado de Defensa Civil , así mismo ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro y cuenta con un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia. En los estándares que no cumple, se observó que la empresa ha identificado riesgos y peligros, así mismo ha desarrollado planes para minimizar las situaciones de riesgo y peligro y cuenta con un listado actualizado de contactos para la atención de casos de emergencia. Así mismo observamos que no cumple con 2 estándares ya que no cuenta con planes para atender emergencias, no se ha implementado programas de simulacros y prácticas de seguridad.

g.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

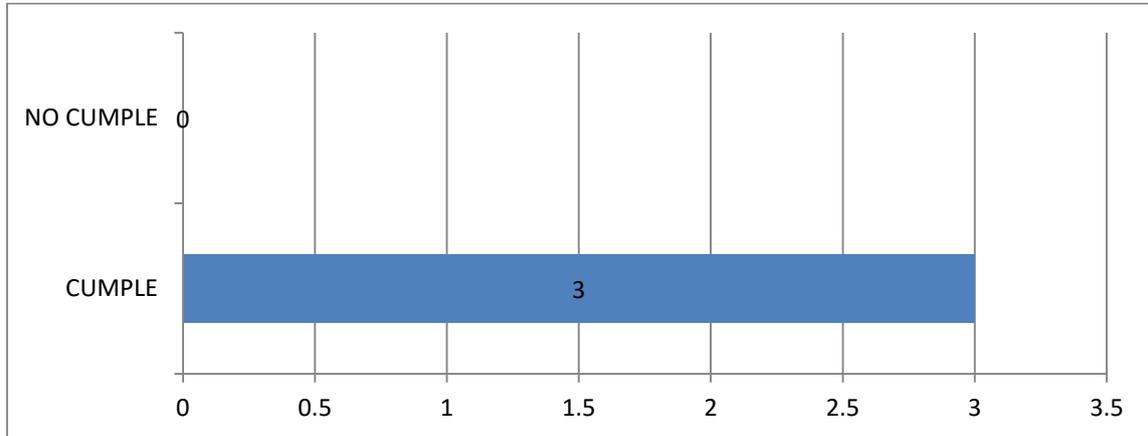


Figura 17: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión financiera y contable en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 17, se muestran los resultados en cuanto al 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.

h.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

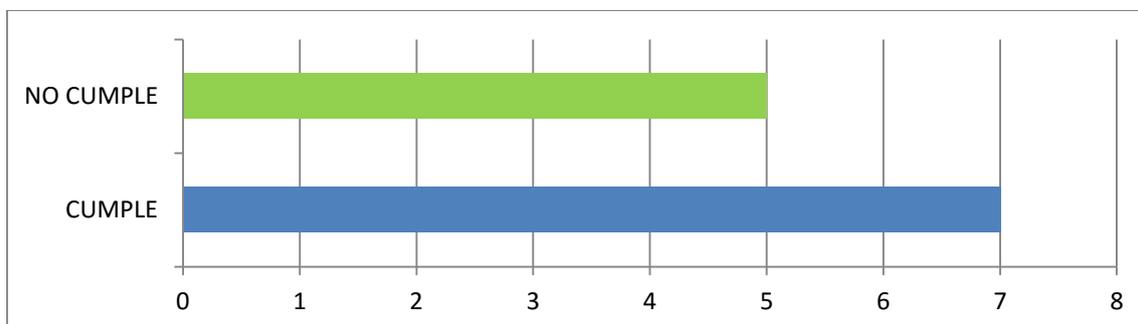


Figura 18: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de comunicación y marketing restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 02

En la Figura 18, se aprecian los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en la gestión de comunicación y marketing, se han evaluados 12 estándares, de los cuales la empresa cumple con 7 estándares, la empresa cuenta con un estudio de mercado, donde se ha 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; a la vez se ha establecido el precio de sus productos o servicios en base a un estudio de mercado; cuenta con tarifarios para los diferentes segmentos que atiende; los tarifarios son exhibidos en un lugar visible; así mismo se exhibe en un lugar visible las formas de pago aceptadas en el establecimiento. establecimiento; por otro lado, la empresa no cumple con 5 estándares entre los cuales, no se difunde información coherente con el servicio que brinda, no emplea medios de comunicación masivos ,no provee información al cliente sobre la prestación del servicio, no firma convenios para incrementar la demanda y no mantiene un registro de sus clientes.

4.1.2.2. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura del restaurante pollería “El Rikoton Chicken ” de Chimbote, en el año 2017

A continuación, se presenta los resultados de la evaluación del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” sobre los estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura.

Tabla 03: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al equipamiento e infraestructura en el restaurante “El Rikoton Chicken” de chimbote, 2017

Sub Dimensión	Numero de Estándares			Porcentaje de Estándares		
	Cumple	No Cumple	Evaluados	Cumple	No Cumple	Evaluados
Exterior	5	5	10	9,3%	9,3%	18,6%
Cocina	11	3	14	20,4%	5,6%	26%
Almacén	4	2	6	7,4%	3,7%	11,1%
Comedor	13	0	13	24%	0%	24%
Servicios Higiénicos	3	3	6	5,6%	5,6%	11,2%
Área de personal	2	1	3	3,7%	1,8%	5,5%
Oficinas	1	1	2	1,8%	1,8%	3,6%
TOTAL	39	15	54	72,2%	27,8%	100%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 03 tenemos los resultados del cumplimiento de estándares en cuanto al equipamiento y la infraestructura; se han evaluado un total de 54 estándares distribuidos en 7 sub dimensiones: exterior, cocina, almacén, comedor, servicios higiénicos, área de personal y oficinas, de los 54 estándares evaluados tenemos que el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote cumple con el 72,2%.

a.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

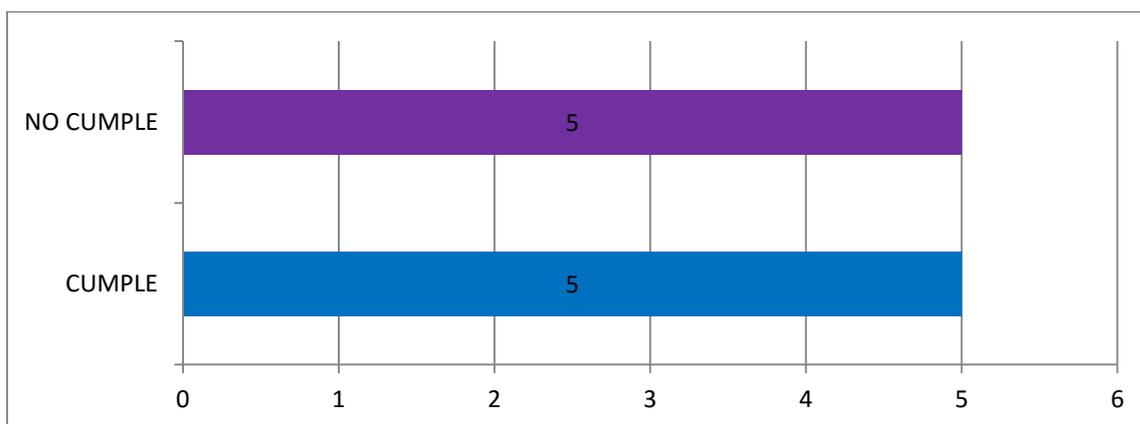


Figura 19: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al exterior del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 19, se muestran las dimensiones evaluadas en cuanto al exterior, se han evaluado 10 estándares, de los cuales la empresa cumple con 5 estándares, debido a que la empresa se ubica en un lugar accesible en el centro de la ciudad; es decir frente a la plaza de armas de Chimbote; existe limpieza en su entorno; así mismo la empresa se ubica en una zona segura; por otro lado, cuenta con un panel visible y atractivo en la fachada; cuenta con buena iluminación. Se observó que no cumple con 5 estándares, Dentro de los estándares que no cumple se observó que la empresa no presenta el icono de clasificación y/o categorización; no cuenta con espacios verdes alrededor; por otro lado, no cuenta con acceso independiente para proveedores y para el personal, no cuenta con acceso especial para discapacitados y no cuenta con estacionamiento privado cercano.

b.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la cocina del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

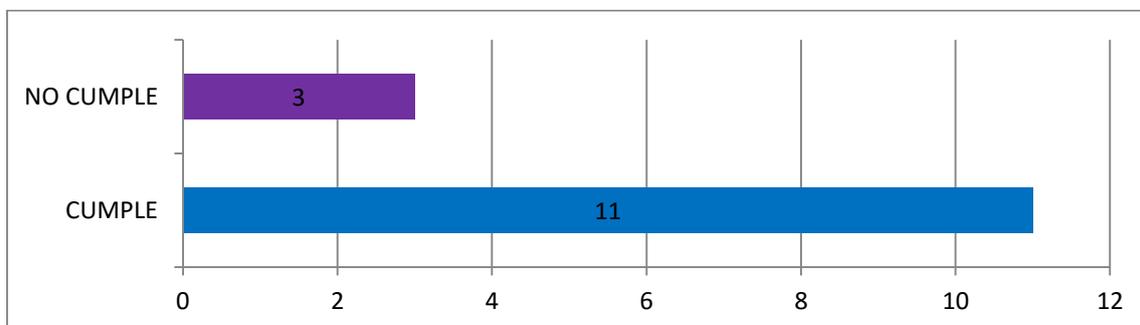


Figura 20: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la cocina del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 20, se aprecia los resultados en cuanto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la cocina, de los 14 estándares evaluados la empresa cumple con 11 estándares debido a que la empresa 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, así mismo la empresa dispone de una campana extractora, los equipos están en funcionamiento y óptimas condiciones de limpieza, 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, y cuenta con suministro de agua permanente , por otro lado la empresa no cumple con 3 estándares los cuales son : no cuenta con un sistema de ventilación apropiado, no cuenta con un área específica para los residuos y no dispone de un área de lavado de manos .

c.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacén del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

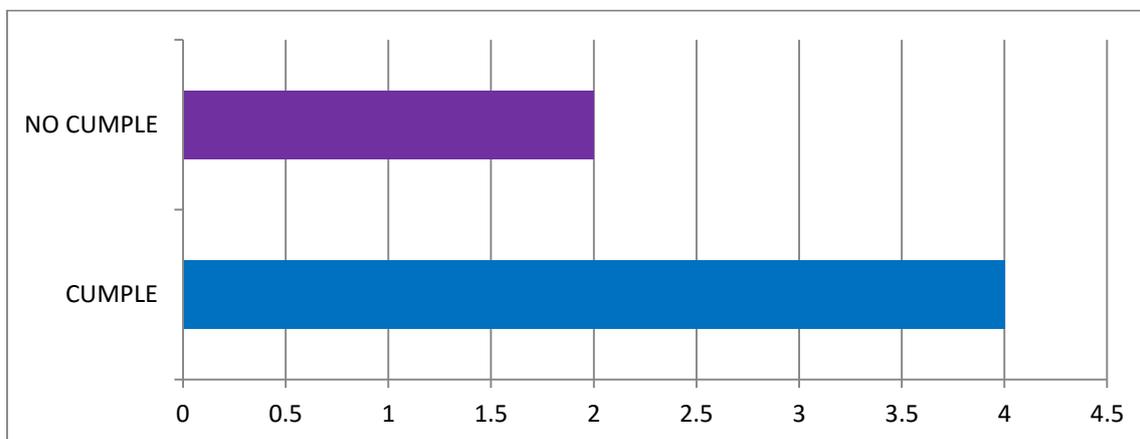


Figura 21: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacén del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 21, se observan los resultados en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacén del restaurante, se observó que de los 6 estándares la empresa cumple con 4 estándares ya que la empresa cuenta con almacén que posee una ventilación adecuada, los estantes son de material anticorrosivo, iluminación adecuada que no altere el color de los alimentos, además de Contar con sectores independientes, adecuados para el almacenamiento de alimentos según tipo (percederos, no percederos, artículos de limpieza).por otro lado se observó que no cumple con 2 estándares ya que no todas las aberturas esta cerradas con mallas y las paredes y pisos no son lisos para evitar así las plagas.

d.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

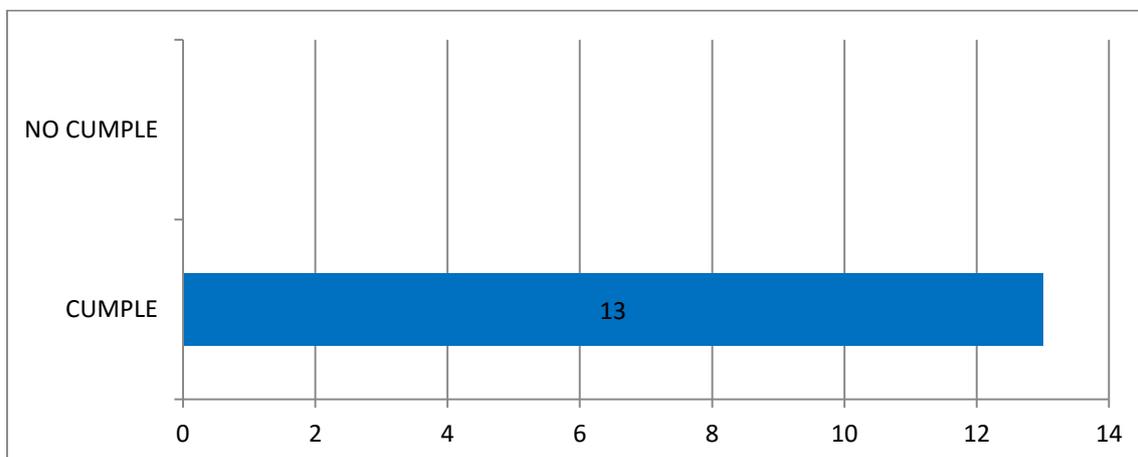


Figura 22: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 22, se observa los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al comedor del restaurante, se identificó que la empresa cumple con los 13 estándares evaluados ya que 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 televisión, 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, y por último se dispone de un área de caja para el cobro de las facturas, la que dispone de los equipos necesarios.

e.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a los servicios higiénicos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

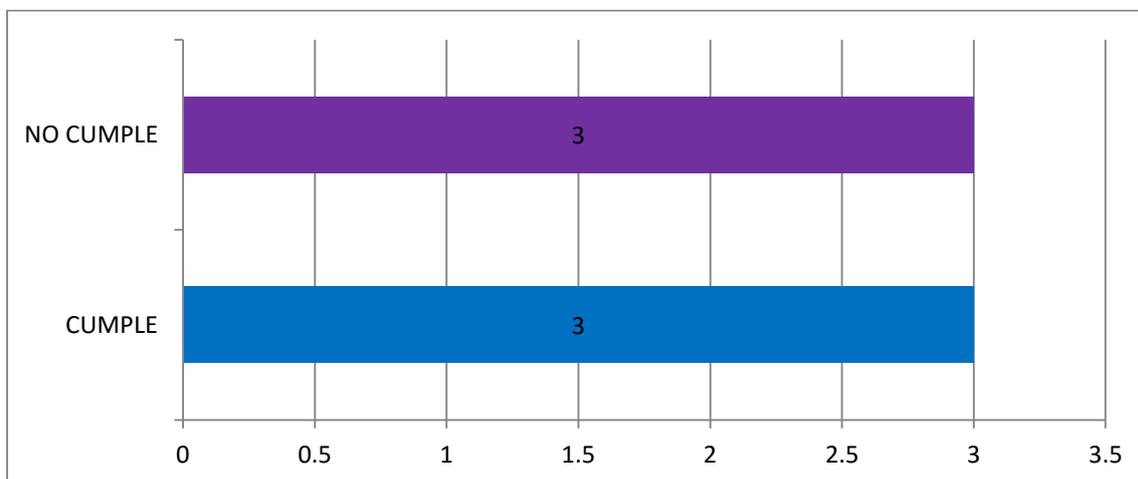


Figura 23: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a los servicios higiénicos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 23, se pueden observar los resultados en base al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a los servicios higiénicos del restaurante, de los 6 estándares evaluados se pudo apreciar que la empresa cumple con 3, debido a que se cuentan con servicios higiénicos independientes e identificados por sexo, disponen de los implementos de higiene necesarios (jabón líquido, papel toalla o secador de aire caliente) y están permanentemente limpios, de otro modo se observa que el área de los servicios higiénicos no cumple con 3 estándares ya que tiene acceso directo al comedor, no disponen de un sistema adecuado de ventilación y no cuenta con iluminación apropiada.

f.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al área de personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

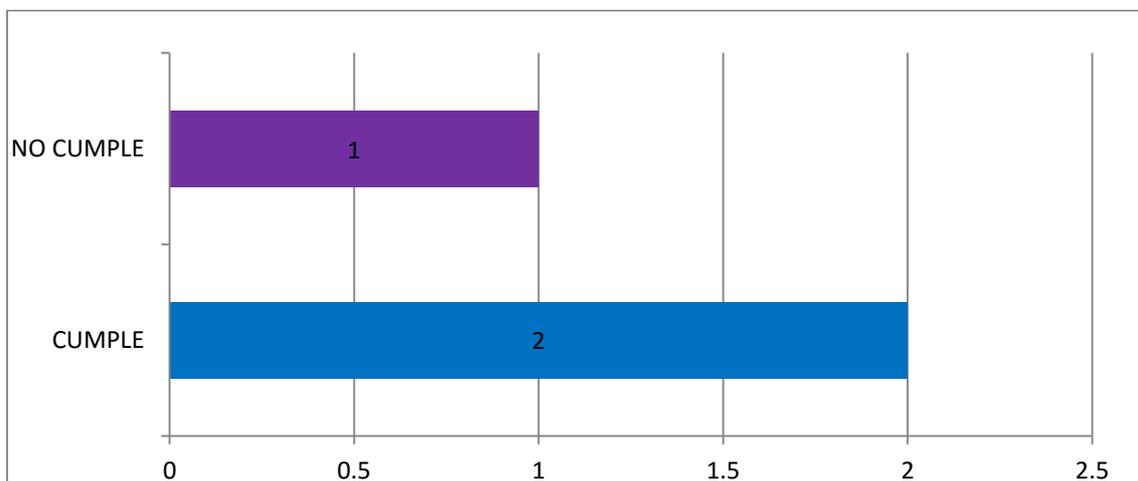


Figura 24: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al área de personal del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 24, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al área del personal, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple con 2 estándares ya que la empresa cuenta con un área segura destinada para que el personal deje sus pertenencias y la empresa cuenta con servicios higiénicos en óptimas condiciones de limpieza para el personal, también se observó que la empresa no cumple con 1 estándar ya que el restaurante no cuenta con un área destinada para que los estudiantes tomen sus alimentos.

g.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las oficinas del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

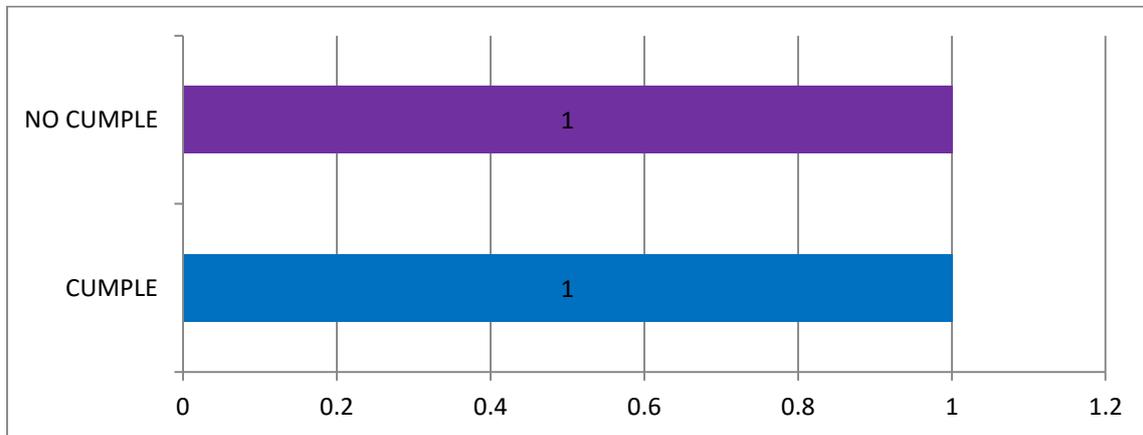


Figura 25: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las oficinas del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 03

En la Figura 25 se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las oficinas, de los 2 estándares evaluados la empresa cumple con 1 estándar ya que la empresa se cuenta con una oficina administrativa, por otro lado se observa q no cumple con un estándar ya que la oficina no cuenta con los equipos e implementos necesarios.

4.1.2.3. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión del servicio en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote, en el año 2017

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de la evaluación de la gestión de servicios en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”

Tabla 04: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de servicio en el restaurante “El Rikoton Chicken” de chimbote, 2017

Sub Dimensión	Numero de Estándares			Porcentaje de Estándares		
	Cumple	No Cumple	Evaluados	Cumple	No Cumple	Evaluados
Recepción de insumos	3	0	3	2,6%	0,0%	2,6%
Almacenamiento de insumos	8	2	10	7,0%	1,7%	8,7%
Apertura del centro de producción	3	0	3	2,6%	0,0%	2,6%
Pre alistamiento de insumos	5	1	6	4,3%	0,9%	5,2%
Producción de platos	15	0	15	13,0%	0,0%	13,0%
Montaje del comedor	9	2	11	7,8%	1,7%	9,6%
Reservas	5	0	5	4,3%	0,0%	4,3%
Atención del comedor	24	11	35	21,7%	9,6%	31,3%
Servicio de bar	7	1	8	6,1%	0,9%	7,0%
Cierre del comedor	6	1	7	5,2%	0,9%	6,1%
Cierre del centro de producción	5	0	5	4,3%	0,0%	4,3%
Mantenimiento	2	0	2	1,7%	0,0%	1,7%
Limpieza y desinfección	4	0	4	3,5%	00%	3,5%
TOTAL	96	18	114	84,3%	15,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 04 se presentan los resultados sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión de servicio, se han evaluado un total de 114 estándares distribuidos en 13 sub dimensiones: recepción de insumos, almacenamiento de insumos, apretura del centro de producción, pre alistamiento de insumos, producción de platos, montaje de 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 el 84,3%.

a.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción de insumos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

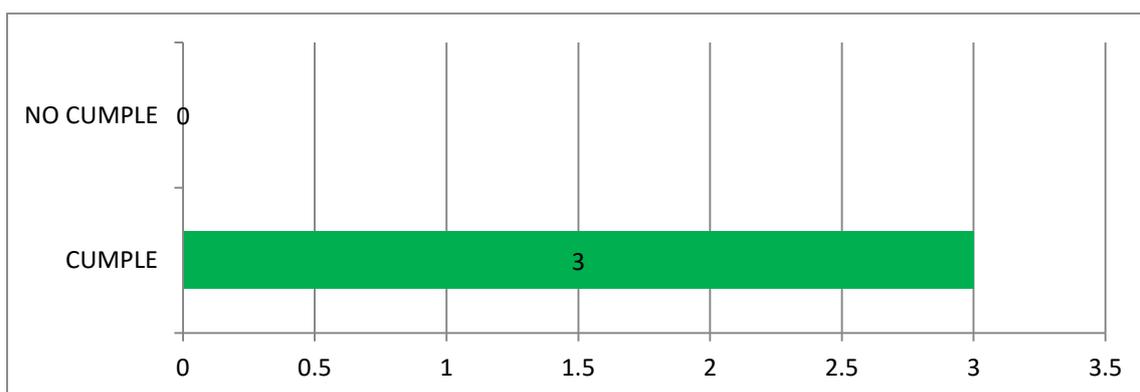


Figura 26: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción de insumos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 26, se presentan los resultados respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la recepción de insumos en el restaurante ,donde se evaluaron tres estándares; de los cuales la empresa cumple en su totalidad, ya que la empresa recibe los insumos a primera hora del día, dicha recepción se da entre las 7 y 9 de la mañana; asimismo, al llegar los insumos el chef se encarga de verificar el olor, textura, color, temperatura y apariencia general de los mismos, además del peso y las cantidades, por ultimo la empresa cuenta además con un ambiente adecuado para la recepción de los insumos.

b.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacenamiento de insumos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

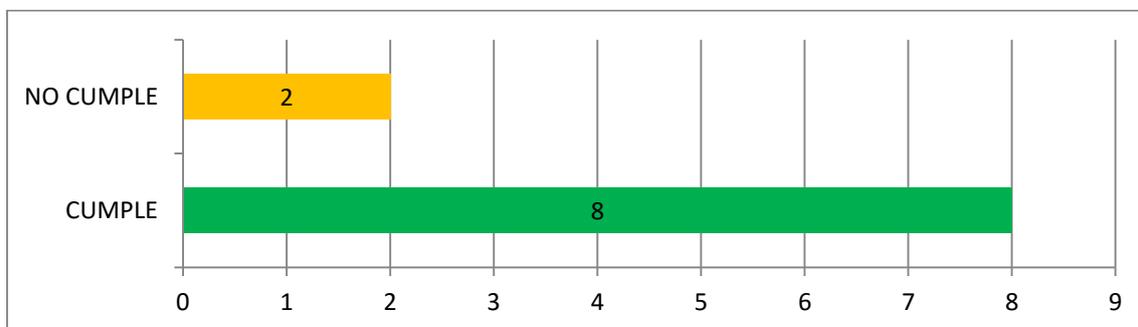


Figura 27: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacenamiento de insumos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 27, se presentan los resultados respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al almacenamiento de insumos ,donde se evaluaron 10 estándares , se observa que la empresa cumple con 8 estándares ya que cuenta con un sistema de almacenamiento predeterminado, que consiste en la clasificación de insumos según su tipo; asimismo, los insumos son depositados en recipientes de conservación específicos para cada alimento, como tapers, bolsas, etc.; se respeta el principio de primer ingreso o primera salida, además son ordenados de acuerdo a la fecha de llegada; y la temperatura y funcionamiento de los equipos de refrigeración son permanentemente controlados, también no se congela nuevamente un producto que ha sido descongelado, las verduras son almacenadas a una temperatura de 7 grados y 12 grados centígrados. Por otro lado, la empresa no cumplió con 2 estándares ya que los alimentos en polvo o granos no se almacenan en recipientes que los protejan de la contaminación y no están perfectamente etiquetados e identificados, de otro lado no cumple los pescados y mariscos, carnes y pollo se almacenan en depósitos con tapa , porque estos son guardados en bolsas plásticas.

c.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a apertura del centro de producción del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

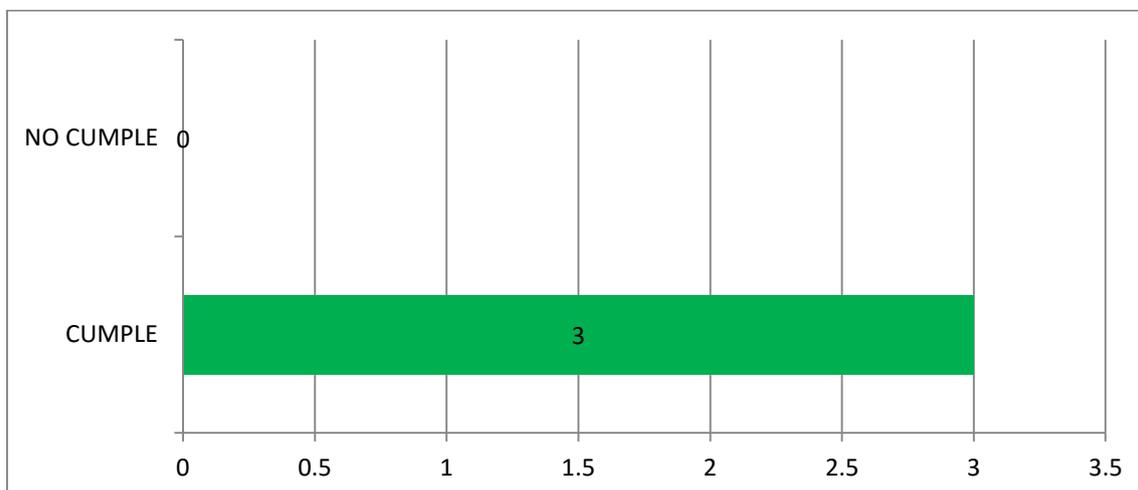


Figura 28: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la apertura del centro de producción del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 28, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al centro de apertura, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple con la totalidad de estándares ya que el restaurante realiza un control sanitario y de presentación del personal de producción empleando un checklist antes de iniciar sus operaciones, el restaurante lleva a cabo un control del estado de equipos, utensilios y materiales de trabajo empleando un checklist antes de iniciar las operaciones, realiza esta actividad de supervisión con ayuda de un inventario cada tres meses; sin embargo, la empresa realiza un control de inventario de los insumos en stock.

d.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a pre alistamiento de insumos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

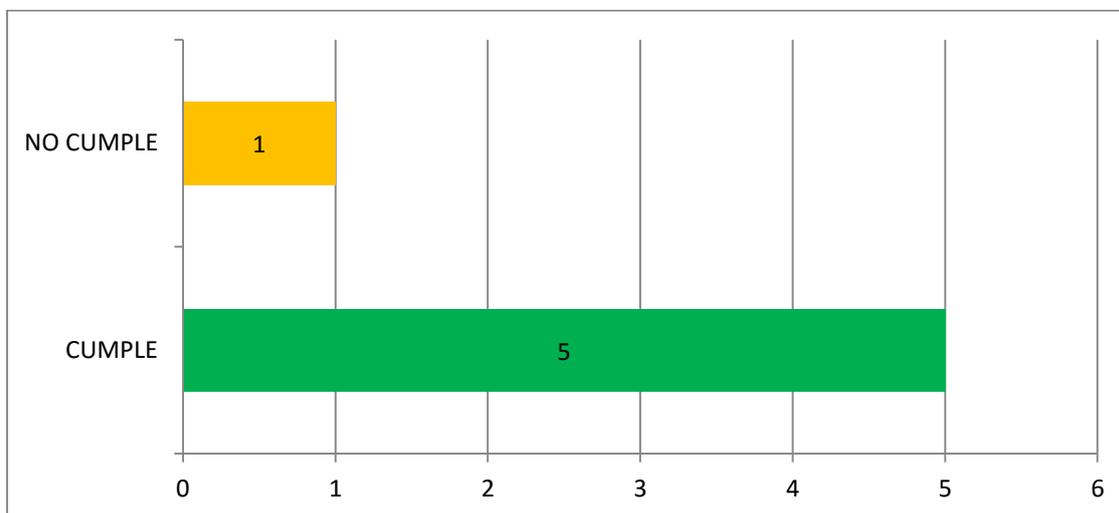


Figura 29: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al pre alistamiento de insumos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 29, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al pre alistamiento de insumos, de los 6 estándares evaluados la empresa cumple con 5, ya que los vegetales, frutas y carnes son lavados antes de su uso con agua potable, el cortado y pelado se realiza con utensilios exclusivos para cada tipo de producto, dándose además en áreas separadas para verduras y para carnes ; además el sitio de cortado y pelado es cuidadosamente limpiado después de realizadas las labores; asimismo, se cuenta con un criterio de elaboración y almacenamiento de productos de pre alistamiento. Posterior al lavado de los insumos se procede a la desinfección con cloro; por otro lado la empresa no cumple con 1 estándar ya que no se lleva a cabo el envasado y etiquetado de porcionado, estas porciones no son etiquetadas, debido a la gran demanda .

e.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la producción de platos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

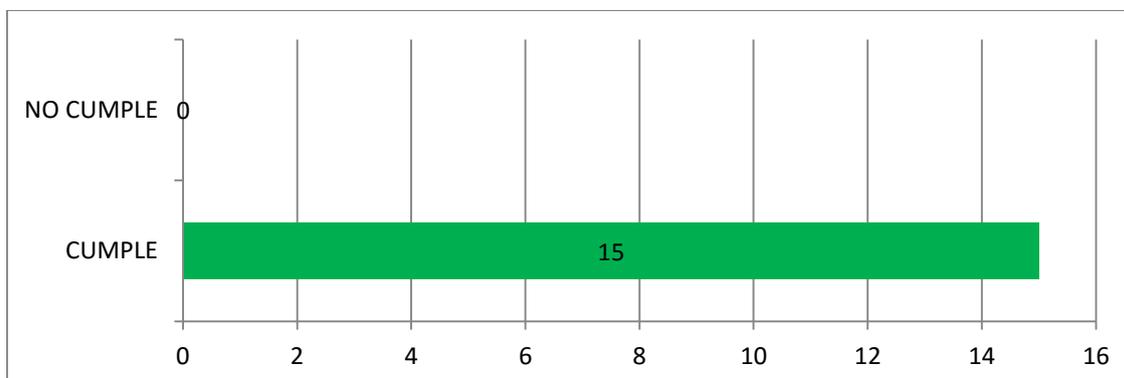


Figura 30: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la producción de platos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 30, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a producción de platos, de los 15 estándares evaluados la empresa cumple con la totalidad de estándares, ya que 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 y por último los equipos y superficies en contacto con los alimentos se limpian, lavan y desinfectan después de cada uso

f.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al montaje del comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

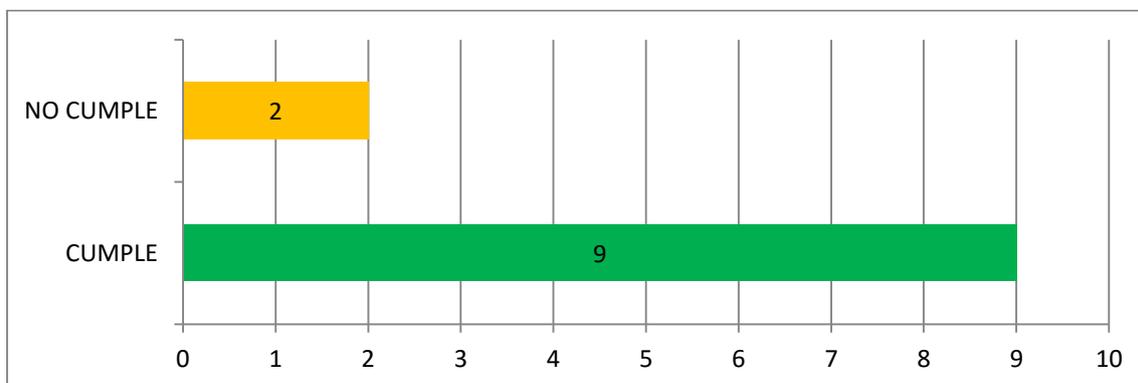


Figura 31: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al montaje del comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 31, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al montaje del comedor, de los 11 estándares evaluados la empresa cumple con 9, ya que existe un procedimiento pre-establecido para la limpieza y sanitización de ambientes y mobiliario (salón, sala de estar, bar, servicios higiénicos, etc.), se tiene 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 revisa la presentación personal de los trabajadores utilizando un chek list, 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, 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 checklist. y por último de existir reservas se asignan las mesas reservadas.

Por otro lado la empresa no cumple 2 estándares ya que las cucharas y cuchillos no se ponen a la derecha ni el cuchillo con el filo hacia adentro, y las mesas no disponen de suficiente servilleta.

g.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las reservas del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

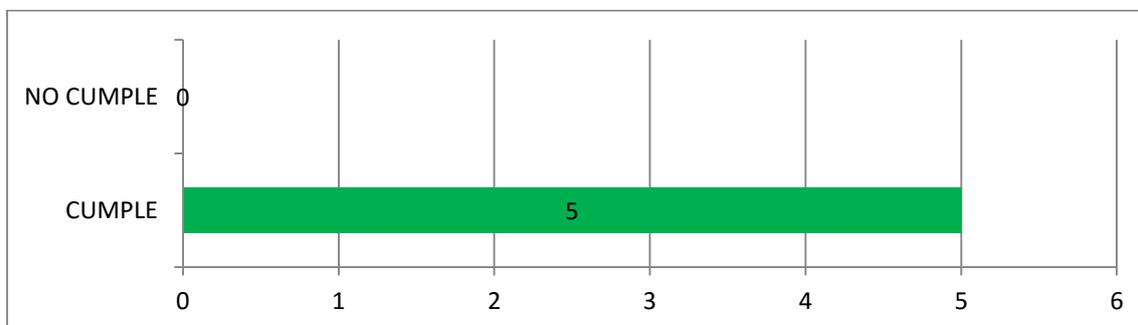


Figura 32: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a las reservas del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 32, la séptima sub dimensión evaluada fue el manejo de reservas, donde se tomaron en cuenta 5 estándares, de los que la empresa cumplen su totalidad, ya que disponen de políticas claras para las reservas, dichas políticas y el procedimiento para la toma de reservas son conocidas por el personal, el personal informa al cliente las condiciones de la reserva; se disponen de políticas claras para la reserva, la empresa dispone de un registro para las reservas y por último. La empresa ha definido un procedimiento para la toma de reservas.

h.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la atención del comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

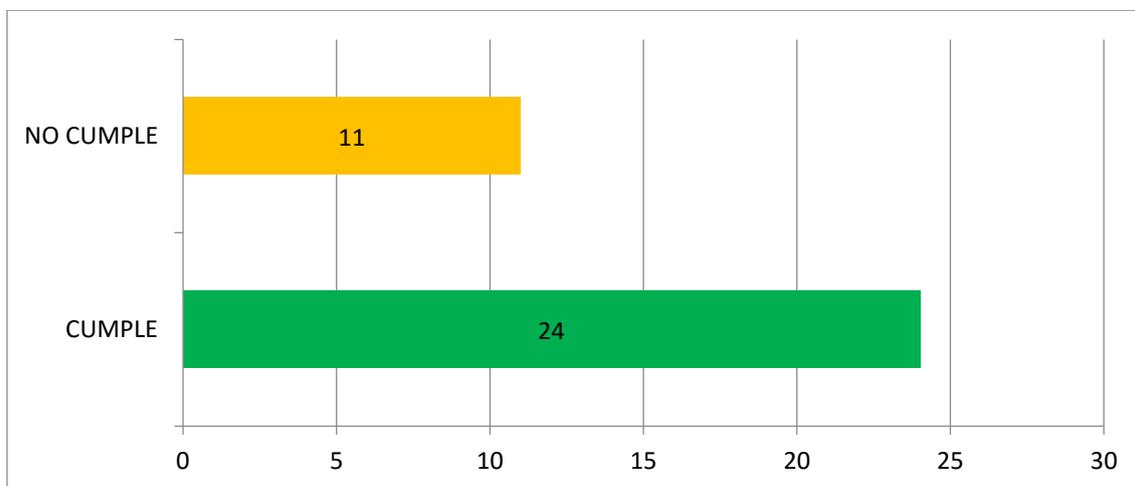


Figura 33: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la atención del comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 33, se aprecian los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la atención del comedor , de los 35 estándares evaluados la empresa cumple con 24 ya que se mantienen reuniones 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 clientes, el personal de servicio saluda a los clientes con amabilidad, estableciendo contacto visual y sonriendo, abre la carta y la entrega por la mano derecha de los clientes, dirige al cliente con respeto y si es posible empleando su nombre, asiste a los clientes de forma amable en la selección de los platos, brindando sugerencias, conoce y describe las características de los elementos de la oferta gastronómica, mantiene una distancia prudente para la toma de pedidos y se para derecho, apoyando la comanda en su mano, 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, repite en forma clara el pedido, la cantidad y especificaciones para la conformidad de los clientes, retira las cartas y sirve el aperitivo,

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, 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 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 presenta la cuenta a solicitud del cliente, en un plazo máximo de 5 minutos posteriores a que ha sido solicitada, 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.

por otro lado la empresa no cumplió con 11 estándares ya que el personal no conduce y ubica a los clientes hasta la mesa más apropiada a sus necesidades y no los ayuda a sentarse, no entrega la carta primero a las damas, luego a los caballeros mayores y finalmente a los jóvenes, no sirve a todos los comensales al mismo tiempo, el personal de servicio no coge los vasos por la base. el personal no de verifica la satisfacción de forma verbal, el personal de servicio no presenta la cuenta a solicitud del cliente, en un plazo máximo de 5 minutos posteriores a que ha sido solicitada, el personal de servicio no comprueba la exactitud del comprobante de pago antes de su entrega al cliente, el personal de servicio no presenta la cuenta con la cara abajo y en una bandejita limpia, cuando los clientes están por irse, el personal de servicio no agradece amablemente, no ayuda con las sillas y no los invita a regresar.

i.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al servicio de bar del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

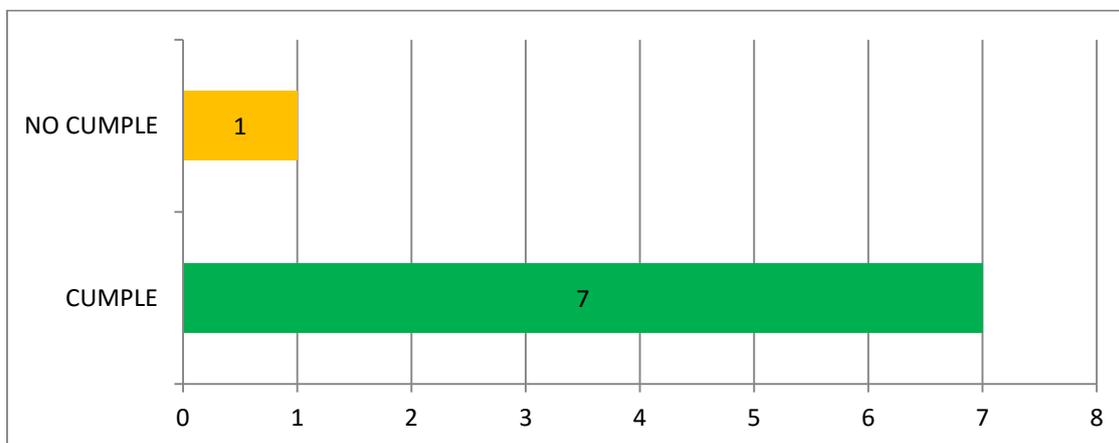


Figura 34: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al servicio de bar del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 34, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al servicio de bar, de los 8 estándares evaluados la empresa cumple con 7 estándares ya que existe un control de inventario impreso, existe un par de stock de botellas de bebidas en la barra, se disponen de recetas estándar de las bebidas, la que incluye la presentación de las mismas, el personal emplea la 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, por otro lado no cumple con 1 estándar ya que no cuenta con un montaje preestablecido para las baterías y displays de la barra,

j.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al cierre del comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

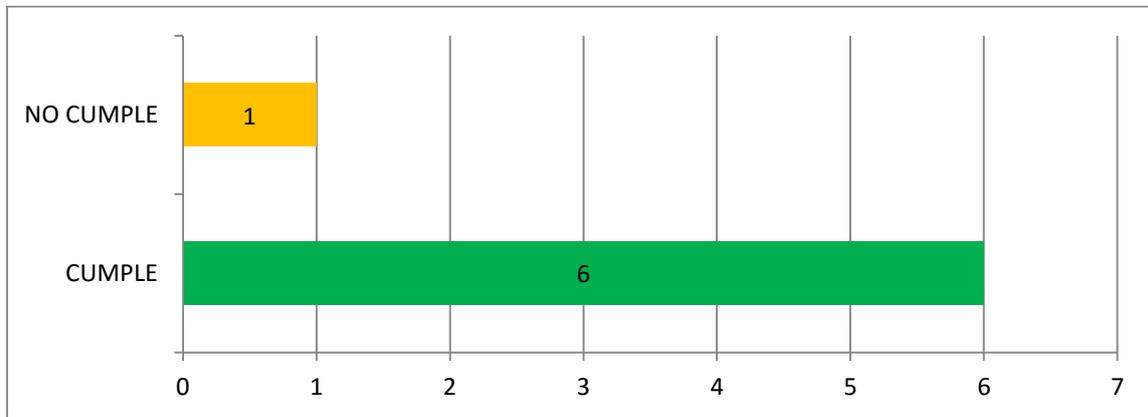


Figura 35: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al cierre del comedor del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 35, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al cierre del comedor, de los 7 estándares evaluados la empresa cumple con 6 ya que 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 . Por otro lado se observa que la empresa no cumple con 1 estándar ya que El personal no elabora el reporte de ocurrencias.

k.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al cierre del centro de producción del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

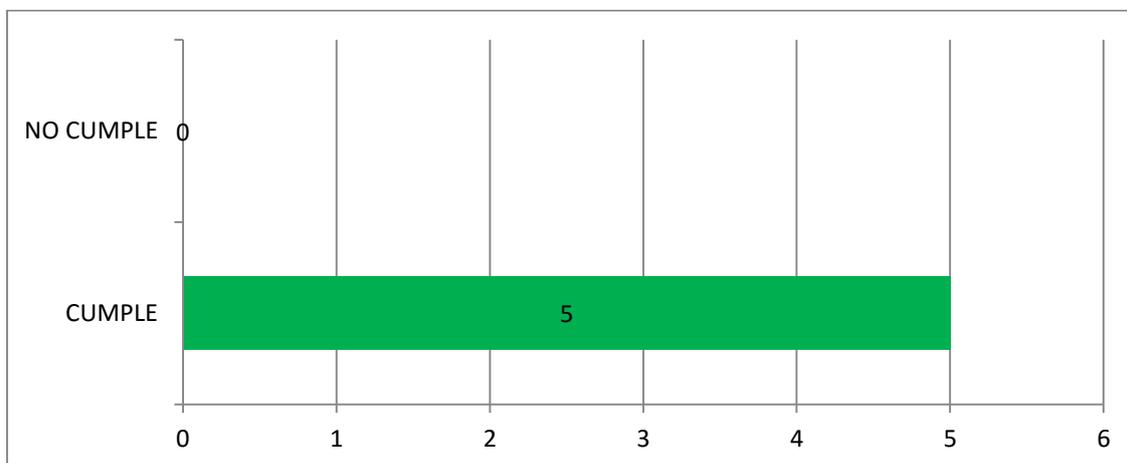


Figura 36: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al cierre del centro de producción del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 36, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al cierre del centro de producción, de los 5 estándares evaluados la empresa cumple con todos los estándares ya que, 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.

1.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al mantenimiento del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

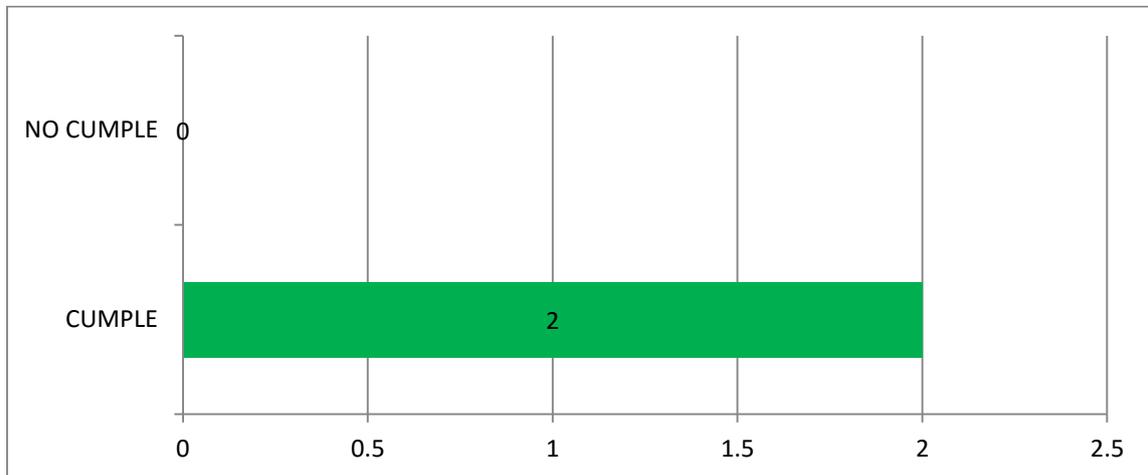


Figura 37: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al mantenimiento del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 37, se muestra lo resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al mantenimiento, de los 2 estándares evaluados la empresa cumple con la totalidad de estándares ya que Se cuenta con un plan de mantenimiento preventivo de las instalaciones y equipamiento y Se cuenta con un registro de las intervenciones de mantenimiento correctivo,

m.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza y desinfección del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

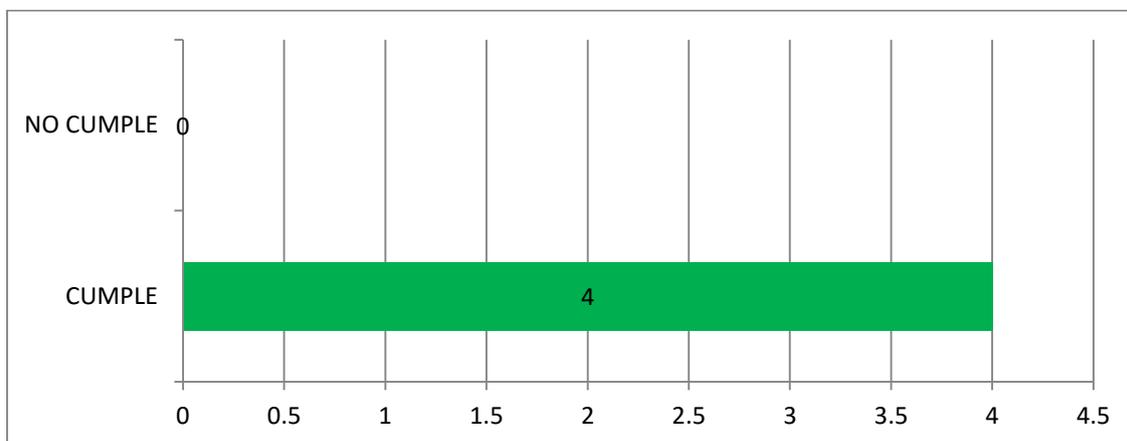


Figura 38: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza y desinfección del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 04

En la Figura 38, se muestra lo resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la limpieza y desinfección , de los 4 estándares evaluados la empresa cumple en la totalidad el número de estándares ya que , 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.

4.1.2.4. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión medioambiental del restaurante pollería “El Rikoton Chicken “de Chimbote, en el año 2017

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de la evaluación de la gestión medioambiental en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken “de Chimbote.

Tabla 05: Cumplimiento de estándares derivados en cuanto a las buenas practicas ambientales en el restaurante “El Rikoton Chicken” de chimbote, 2017

Sub Dimensión	Numero de Estándares			Porcentaje de Estándares		
	Cumple	No Cumple	Evaluados	Cumple	No Cumple	Evaluados
Uso del agua	2	3	5	8,3%	12,5%	20,8%
Uso de la energía	7	1	8	29,2%	4,2%	33,3%
Consumo de productos	6	1	7	25,0%	4,2%	29,2%
Gestión de residuos	2	1	3	8,3%	4,2%	12,5%
Adaptación al medio	1	0	1	4,2%	0,0%	4,2%
TOTAL	18	6	24	75,0%	25,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 05 se presentan los resultados sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en gestión medioambiental; las sub dimensiones evaluadas han sido: uso del agua, uso de la energía, consumo de productos, gestión de residuos y adaptación al medio; tenemos que se han evaluado un total de 24 estándares, de los cuales el restaurante pollería ”El rikoton chicken” cumple con el 75%.

a.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso del agua del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

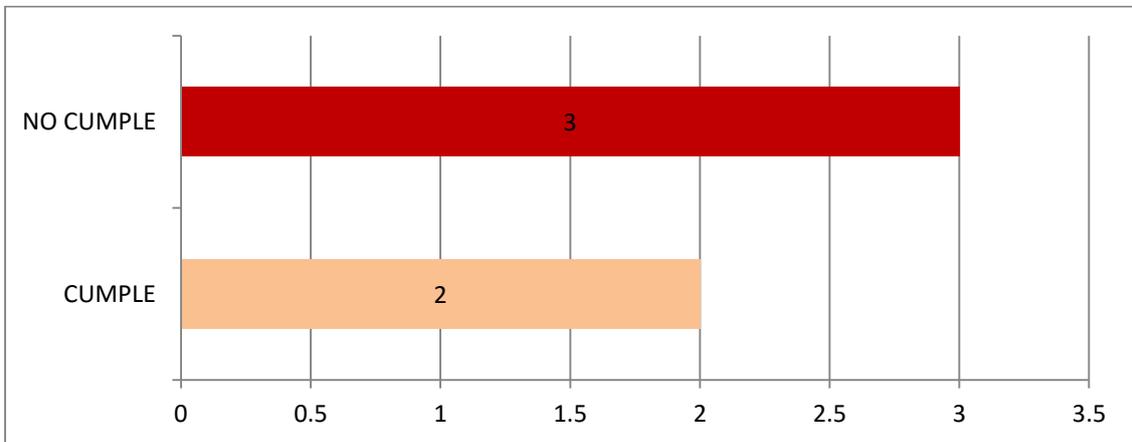


Figura 39: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de agua del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 05

En la Figura 39, se muestra lo resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de agua, de los 5 estándares evaluados la empresa cumple con 2 de ellos ya que La empresa lleva a cabo revisiones periódicas de las instalaciones de agua, La empresa cuenta con equipos que contribuyan al ahorro de agua. De otro modo se observa que la empresa no cumple con 3 estándares ya que La empresa no cuenta con programas para el uso eficiente del agua, La empresa no lleva un control del consumo de agua y La empresa no sensibiliza y capacita al personal sobre el uso adecuado del agua.

b.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de la energía del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

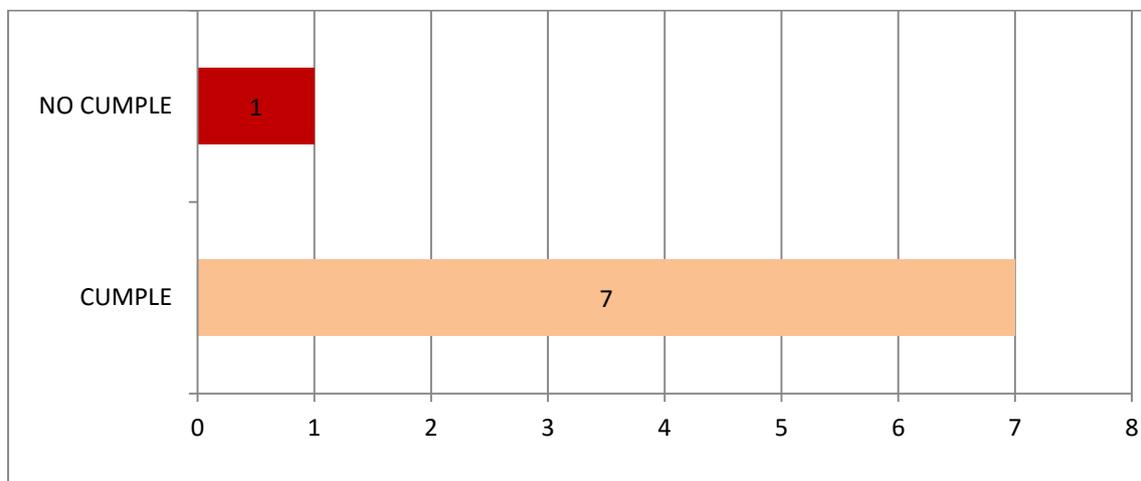


Figura 40: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al uso de la energía del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 05

En la Figura 40, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de uso de energía, de los 8 estándares evaluados la empresa cumple con 7 ya que la empresa cuenta con programas para el uso eficiente de la 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, se da el mantenimiento adecuado a equipos eléctricos, la empresa utiliza focos ahorradores y se usan interruptores independientes para iluminar las zonas de un mismo lugar, de diferente modo se observa que la empresa no cumple con 1 estándar ya que la empresa no cuenta con buena ventilación y no tiene aislamiento térmico para recurrir lo menos posible a la climatización.

c.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al consumo de productos del restaurante pollería “EL Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

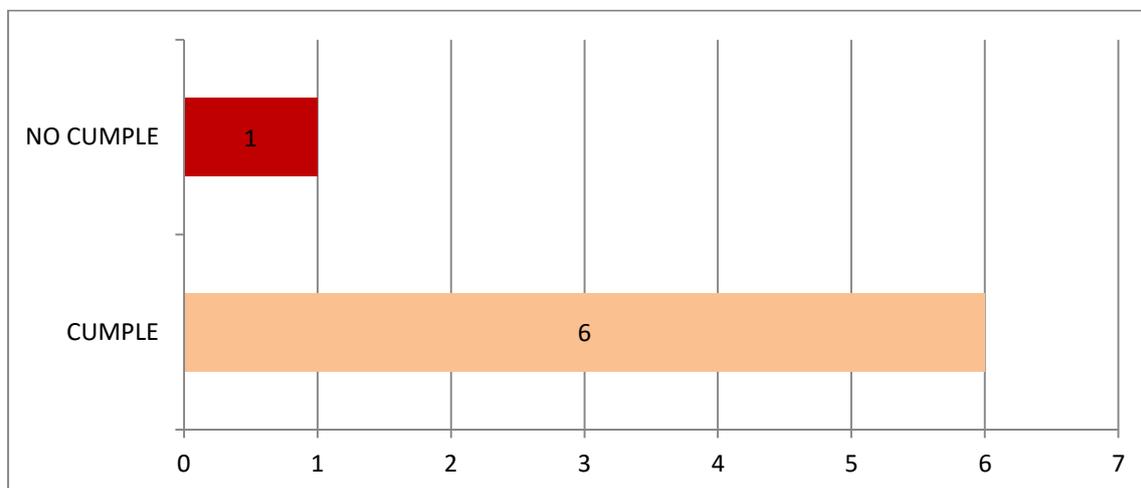


Figura 41: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al consumo de productos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 05

En la Figura 41, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al consumo de productos, de los 7 estándares evaluados la empresa cumple con 6 ya que la empresa emplea dosificadores para el uso óptimo de los productos, la empresa contrata a proveedores que brindan 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 y cumple con el último estándar ya que no ofrecen en su menú platos a base de especies marinas o especies protegidas. Por otro lado se observa que la empresa no cumple con 1 estándar ya que la empresa no emplea productos de limpieza de bajo impacto al medio ambiente.

d.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

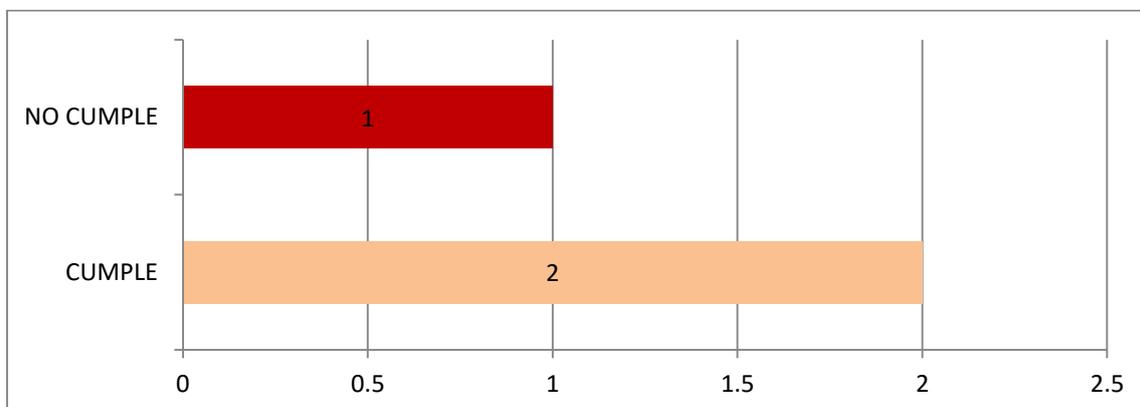


Figura 42: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 05

En la Figura 42, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión de residuos, de los 3 estándares evaluados la empresa cumple con 2 estándares ya que la empresa sensibiliza y capacita al personal sobre la forma correcta de eliminar residuos, la empresa mantiene los contenedores de basura en condiciones higiénicas, de otro modo se observa que la empresa no cumple 1 estándar ya que la empresa cuenta con un programa para la gestión de residuos.

e.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación al medio del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

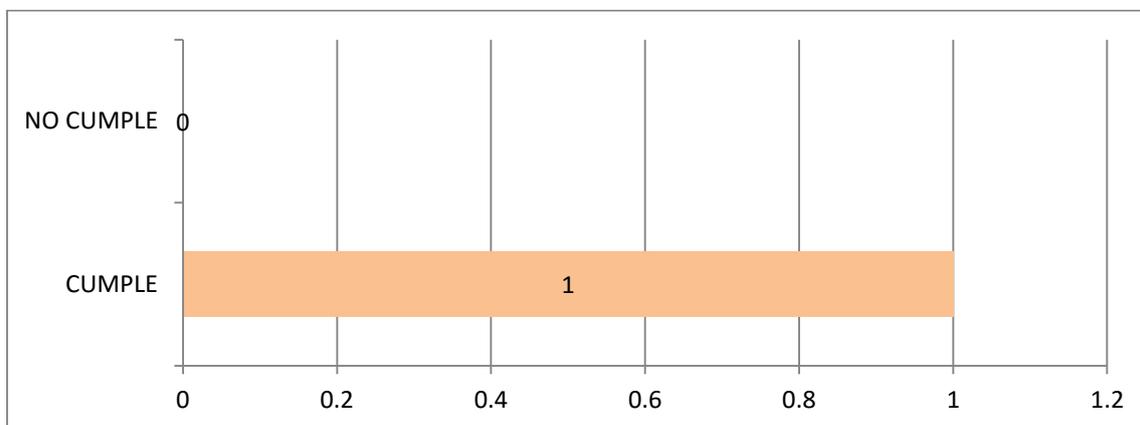


Figura 43: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación al medio del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 05

En la Figura 43, se muestra los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la adaptación al medio, de 1 estándar evaluado la empresa cumple con el estándar ya que la empresa cuenta con un diseño e infraestructura armoniosa con el paisaje.

4.1.2.5. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto a la gestión sociocultural del restaurante pollería “El Rikoton Rhiken” de Chimbote, en el año 2017

A continuación, se presentarán los resultados obtenidos de la evaluación de la gestión sociocultural en el restaurant pollería “El Rikoton Chicken”

Tabla 06: cumplimiento de estándares derivados de las buenas practicas socio-culturales en el restaurante “El Rikoton Chicken” de chimbote, 2017

Sub Dimensión	Numero de Estándares			Porcentaje de Estándares		
	Cumple	No Cumple	Evaluados	Cumple	No Cumple	Evaluados
Apoyo a la cultural local	2	2	4	15,4%	15,4%	30,8%
Apoyo a la comunidad local	3	6	9	23,1%	46,2%	69,2%
TOTAL	5	8	13	38,5%	61,5%	100%

Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 06 se presentan los resultados referentes al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas sobre gestión sociocultural, donde se puede observar que se han evaluado un total de 1 estándares divididos en 2 sub dimensiones: apoyo a la cultura local y apoyo a la comunidad loca; del total de estándares el restaurante pollería “El rikoton Chicken” cumple con el 38,5%.

a.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo de la cultura local del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

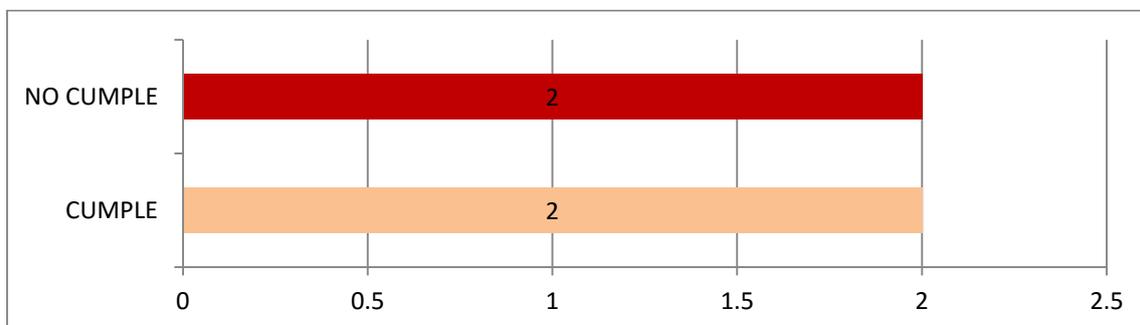


Figura 44: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo de la cultura local del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 06

En la Figura 44, se muestran los resultados referidos al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la cultura, de los 4 estándares evaluados la empresa cumple con 2 estándares ya que la empresa no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal, la empresa informa a los visitantes sobre la cultura local, de otro modo se observa que la empresa no cumple con 2 estándares ya que la empresa no difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad y la empresa no participa en iniciativas de apoyo a la cultura local.

b.- Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017

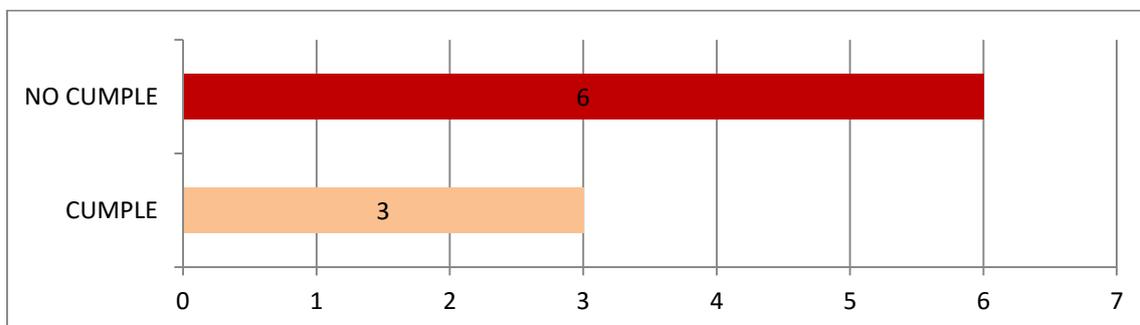


Figura 45: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en cuanto al apoyo a la comunidad local del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 06

En la Figura 45, 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 3 estándares ya que la empresa anima a sus clientes a consumir productos locales, la empresa provee empleo digno a los miembros de la comunidad, la empresa adquiere productos de proveedores locales, de otro modo se observa que la empresa no cumple con 6 estándares evaluados ya que la empresa no dona productos usados o nuevos a la comunidad local, la empresa no difunde políticas en contra de la explotación sexual, la empresa no forma parte de los gremios del sector turismo, la empresa no participa en los procesos de planificación turística, la empresa no informa a los turistas sobre aspectos relacionados al turismo y por último la empresa no desarrolla programas de capacitación para la comunidad local.

4.1.2.6. Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el Restaurant “Rikoton Chicken”de Chimbote, en el año 2017.

Finalmente, la presente sección muestra los resultados respecto al cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el Restaurante “El Rikoton Chicken”de Chimbote, en el año 2017.

Tabla 07: cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el restaurante“El Rikoton Chicken”de chimbote, en el año 2017

Dimensión	Número de estándares			Porcentaje de estándares		
	Cumple	No cumple	Evaluados	Cumple	No cumple	Evaluados
Gestión Empresarial	46	10	56	17,7%	3,1%	20,8%
Equipamiento e infraestructura	39	15	54	15,0%	5,8%	20,8%
Gestión del servicio	96	18	114	37,3%	6,9%	44,2%
Gestión medio ambiental	18	6	24	6,9%	2,3%	9,2%
Gestión socio cultural	5	8	13	1,9%	3,1%	5,0%
TOTAL	204	57	261	78,8%	21,2%	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

En la Tabla 07 se presentan los resultados del cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” donde tenemos que en total de evaluaron 261 estándares distribuidos en 5 dimensiones: gestión empresarial, equipamiento e infraestructura, gestión del servicio, gestión medio ambiental y gestión sociocultural. La gestión empresarial ha representado el 17,7% de estándares evaluados, el equipamiento e infraestructura el 15,0%; la gestión del servicio el 37,3%; la gestión medio ambiental el 6,9% y la gestión sociocultural el 1,9%.

Figura 46: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 07

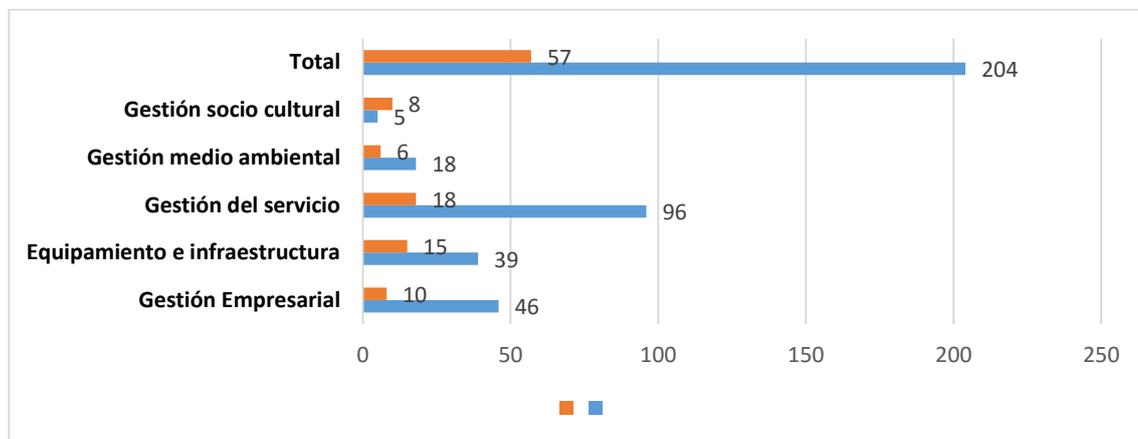


Figura 46: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de chimbote en el año 2017

Fuente: Tabla 07

En la Figura 46 sobre el cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” tenemos que en la gestión empresarial se cumple con 46 estándares y no se cumple con 10 estándares; en el equipamiento e infraestructura se cumple con 39 y no se cumple con 15 estándares; en la gestión del servicio se cumple con 96 y no se cumple con 18 estándares; en la gestión medioambiental se cumple con 18 y no se cumple con 6 estándares y en la gestión sociocultural se cumple con 5 y no se cumple con 8 estándares.

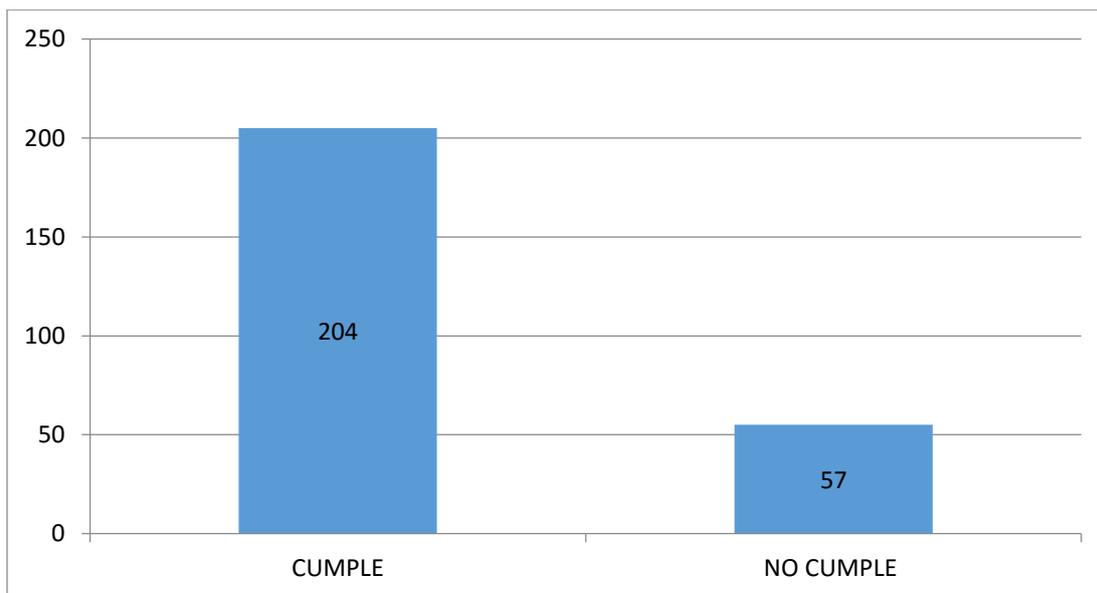


Figura 47: Cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas del restaurante pollería “El Rikoton Chicken”.

Fuente: Tabla 07

En la Figura 47 se presentan los resultados de las cinco dimensiones evaluadas en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, se aprecia que, de los 261 estándares evaluados, la empresa cumple con 204, es decir, cumple con un 78,8% del total de los estándares, y no cumple con 57 estándares, lo cual representa el 21,2%.

4.2. Análisis de resultados

La investigación ha tenido como objetivo evaluar la calidad del servicio del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en base al cumplimiento de los estándares derivados de las buenas prácticas en el año 2017.

El restaurante pollería “El Rikoton Chicken” es una pequeña empresa con una oferta gastronómica de comida rápida, la comida rápida tiene mucha acogida en nuestro país, ya que es muy agradable al paladar y muy consumida. Mincetur (2008), indica que restaurante es un establecimiento donde se preparan y se sirven comidas según un menú o a la carta, a precios definidos por el establecimiento.

El restaurante pollería cuenta con 9 colaboradores, la mayoría son de género masculino ,4 personas tienen especialidad vinculada con el puesto que desempeñan en el restaurante, 7 de ellos han sido capacitados, siendo un requisito para brindar un buen servicio, contar con personal calificado, es necesario que todos sin excepción lleven a cabo capacitaciones vinculadas con la actividad que desempeña cada colaborador en el restaurante. Con relación a la edad del personal, tenemos que el restaurante cuenta con personal joven, ya que la mayoría se encuentra entre 20 y 30 años, situación favorable para la empresa ya que los jóvenes representan el dinamismo y rapidez en las actividades que realizan.

Se evaluó la calidad del servicio del restaurante pollería “El Rikoton Chicken” para lo cual se emplearon los estándares de buenas prácticas. Según Van Duynen y Carré (2011), las buenas prácticas constituyen lineamientos de mejora continua que desde las empresas se deberían ir aplicando en las diversas áreas de la empresa, dentro de las que se encuentran los restaurantes.

Respecto 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. Tenemos que el restaurante cumple con 46 estándares, es decir presenta un cumplimiento de 85,0 %, presentando deficiencias en gestión de calidad ya que debe tener un programa de acciones correctivas y hacer un seguimiento y medición de la satisfacción del cliente ,así como también en comunicación y marketing ya que no mantiene un registro de clientes ,no firma convenios, no usa

medios de comunicación masivos, no brinda información sobre la prestación del servicio. Sánchez (2014) en cuanto a gestión empresarial en el restaurante “ El Encuentro” determinó que la empresa cumplió con un 50,0% de los estándares evaluados , cabe mencionar que existe una gran diferencia entre la evaluación de estos estándares, puesto que el restaurante “El Rikoton Chicken” obtuvo un mayor nivel de cumplimiento. Al respecto, Rainforest Alliance (s.f.), considera que la administración permite que la empresa logre resultados positivos, si la empresa carece de una adecuada administración los resultados no serán los esperados

La gestión empresarial es fundamental en el servicio de restauración, ello debido a que la empresa fijara los objetivos a cumplir, se mantendrá organizada y conectada con todas las áreas.

En cuanto al equipamiento e infraestructura, el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, cumple con la mayor parte de estándares, de los 54 estándares evaluados la empresa cumple con 39 es decir un 72,2% de estándares se cumplen en la empresa, las sub dimensiones que se han considerado son: Exterior, cocina, almacén, comedor, servicios higiénicos, área de personal y oficinas. Las sub dimensiones que obtuvieron un mayor cumplimiento son cocina, comedor, área de personal y oficinas es necesario que se corrijan las sub dimensiones que no se cumplen para mejorar la calidad en los servicios que se brinda en la empresa como el área de servicios higiénicos almacén y exterior, Sánchez (2014) determinó en cuanto al equipamiento e infraestructura en el restaurante “El Fncuentro” tiene un cumplimiento de 77,10% de los estándares evaluados, cabe mencionar que existe una diferencia entre la evaluación de estos estándares, puesto que la empresa “El Encuentro” obtuvo mayor nivel de cumplimiento en esta dimensión.

Al respecto, Hospitality & Service University (s.f.) refiriéndose a la infraestructura, señala que el soporte físico es una parte importante en los servicios, ya que se constituye en el escenario en el cual interactúan los empleados y los clientes.

Se puede decir que el equipamiento e infraestructura son elementos importantes en un restaurante, se debe cuidar mucho la imagen, ya que la primera impresión que tiene el cliente del lugar es lo que se quedara grabado en su mente, es también el cuanto valora la empresa los aspectos físicos para sus clientes.

En cuanto a la gestión del servicio el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, cumple con 96 de los 114 estándares evaluados, se cumple un 84,3% de los estándares.

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. Las sub dimensiones que presentaron mayor cumplimiento son recepción de insumos ,almacenamiento de insumos, apertura del centro de producción, prealistamiento de insumos, producción de platos ,montaje de comedor ,cierre del comedor , cierre del centro de producción, mantenimiento , limpieza y desinfección, 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. No obstante el área en el que presento menor cumplimiento es en el de atención de comedor. Este resultado contrasta con la investigación que realizó Sánchez (2014) en el restaurante “El Encuentro” quien determinó que la empresa cumple con un 81,60% de los estándares, siendo el restaurante “El Rikoton Chicken” quien tuvo un mayor porcentaje de cumplimiento. Al respecto Mincetur(2010), indica que el servicio se da de acuerdo a unos procesos y procedimientos que se establecen previamente, siendo 3 los elementos que intervienen: el cliente, el personal y el soporte físico; los procesos deben estar orientados a la satisfacción del cliente y con ello se logrará el éxito de la empresa.

Cualquier error que se cometa en las sub dimensiones antes mencionadas , ya sea en la elaboración de los platos o la atención al cliente , este último lo notará y tendrá una percepción propia de la calidad del restaurante, hay que evitar los errores por más pequeños que parezcan.

En la gestión medio ambiental, el restaurante pollería “El Ricoton Chicken” de Chimbote cumple con 18 de los 24 estándares evaluados, es decir presenta un cumplimiento de 75,0 %, de estándares. 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, las sub dimensiones que presentaron mayor cumplimiento son uso de la energía, consumo de productos, la gestión de residuos y adaptación al medio. Presenta deficiencia en el uso de agua. Este resultado contrasta con la investigación realizada por Sánchez (2014) quien en su investigación determinó que la empresa cumple en un 58,30% siendo el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” quien más cumple con los estándares en gestión ambiental. Al respecto, Mincetur (2012), indica que las buenas prácticas ambientales son importantes porque contribuyen a tener

un mejor entorno; las cuales deben ser aplicadas como una medida preventiva, permitiendo limitar el impacto negativo de las operaciones de la empresa en el medio ambiente.

En cuanto a la gestión sociocultural en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, se evaluaron un total de 13 estándares de los cuales cumple con 5 estándares, es decir presenta un cumplimiento de 38,5%, de estándares. La sub dimensión que presenta mayor cumplimiento es el apoyo a la cultura local, sin embargo presenta deficiencias en apoyo a la comunidad local. Este resultado contrasta con la investigación que realizó Sánchez (2014) quien determinó un cumplimiento del 77,0% de los estándares evaluados, siendo el restaurante El Encuentro quien más cumplió con los estándares de gestión sociocultural. Al respecto Rainforest Alliance (s.f.), considera que la comunidad local es un referente del mercado y también forma parte del mercado de la empresa turística, en este caso de los restaurantes.

Respecto a las dimensiones que se evaluaron, se concluye que las dimensiones que cumplen mayor porcentaje fueron a gestión empresarial y la gestión del servicio, contando con porcentajes bastante altos, 85,0% y 84,3% respectivamente mientras que la dimensión medio ambiental y equipamiento e infraestructura presentaron un cumplimiento parcial con un porcentaje bastante significativo también de; 75,0% y 72,2% respectivamente ,siendo la gestión que menor porcentaje presento la gestión sociocultural quien presentó un cumplimiento del 38,5% de los estándares.

Tenemos que en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote en el año 2017 se evaluaron 261 estándares, del total la empresa cumple con 204 estándares, es decir con el 78,8%, mientras que no cumple con 57 estándares, lo cual representa el 21,2% del total. Este resultado, comparándolo con la investigación de Sánchez (2014), en donde de los 255 estándares evaluados cumple con 180 es decir un 70,6% . En este sentido las empresas de restauración de nuestro país deben implementar los estándares derivados de las buenas prácticas para garantizar la prestación de un servicio de calidad.

V. CONCLUSIONES

- El restaurante pollería “El Rikoton Chicken” es una empresa sólida gracias a sus más de 8 años de experiencia en la industria de restauración como franquicia en lima. En Chimbote a pesar que es una empresa nueva en el mercado cuenta con la experiencia de ser parte de una cadena de restaurantes. su organización se encuentra liderada por el gerente general, sr. Luis Fernando Carranza Villalba. La oferta del restaurante se caracteriza por pollos a la brasa, pollos broaster , lomo saltado y los populares combos que es la fusión de dos platillos como es el caso del pollo a la brasa y arroz chaufa ,ofrecidos en un ambiente agradable y moderno. Con relación al personal tenemos que la mayoría son de la localidad, no todos cuentan con espacialidad vinculada a su área de trabajo, pero la empresa viene desarrollando capacitaciones en temas vinculados con el servicio.
- Respecto a la gestión empresarial; éste es uno de los puntos más fuertes en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, ya que se han evaluado 56 estándares de los cuales la pollería “El Rikoton Chicken” de Chimbote cumple con 46 estándares, es decir presenta un cumplimiento de 85 %, siendo ésta dimensión la que ha obtenido mayor cumplimiento de estándares derivados de las buenas prácticas.
- En cuanto al equipamiento e infraestructura, el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, cumple con la mayor parte de estándares, de los 54 estándares evaluados la empresa cumple con 39 es decir un 72,2%, Las sub dimensiones que obtuvieron un mayor cumplimiento son cocina, comedor, área de personal y oficinas
- En cuanto a la gestión del servicio el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, cumple con 96 de los 114 estándares evaluados, es decir con un 84,3% de los estándares, lo que demuestra que los clientes están recibiendo una atención adecuada.

- En la gestión medio ambiental, el restaurante pollería “El Ricoton Chicken” de Chimbote cumple con 18 de los 24 estándares evaluados, es decir presenta un cumplimiento de 75,0 % de estándares. Situación que refleja la preocupación de la empresa por el entorno.
- En cuanto a la gestión sociocultural en el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, se evaluaron un total de 13 estándares de los cuales cumple con 5 estándares, es decir presenta un cumplimiento de 38,5%, de estándares. La sub dimensión que presenta mayor cumplimiento es el apoyo a la cultura local. Sin embargo presenta deficiencias en apoyo a la comunidad local. Esta dimensión ha sido la que ha obtenido un menor cumplimiento de estándares, siendo necesario que el restaurante demuestre un mayor compromiso con la comunidad local.
- Al ser evaluado de forma global, el restaurante pollería “El Rikoton Chicken”, cumple con un porcentaje bastante significativo; ya que el 78,8% de los estándares son cumplidos en la empresa, lo que hace de ésta una empresa que brinda un servicio de regular calidad a sus clientes; es importante tomar en cuenta que aún faltan algunos aspectos por mejorar, principalmente en lo referente a la gestión administrativa (comunicación y marketing) y a la gestión sociocultural en sus dos sub dimensiones (apoyo a la cultura local y apoyo a la comunidad local) en gestión ambiental (sobre el ahorro de agua) en equipamiento e infraestructura las áreas de servicios higiénicos ,almacén y exterior y por último en gestión de servicio en cuanto a almacenamiento de insumos, montaje de comedor y atención del comedor.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva, F. (2015). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante cevichería 'El ajicito' de la ciudad de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas* .(tesis de licenciatura).Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Chimbote, Perú.
- Anker Vinay, K. (1992). *Manejo básico de restaurantes: teoría y práctica*. México: Continental S.A.
- 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
- Confederación Nacional Turística (CNT).(26 de diciembre del 2012) .*Destacan importancia de los restaurantes en el sector turístico*. Recuperado de:
<http://www.cronica.com.mx/notas/2007/339452.html>
- 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.
- Gastronomía peruana apunta alto*. (21 de enero del 2016).Diario El Peruano. Recuperado de <http://www.elperuano.com.pe/noticia-gastronomia-peruana-apunta-alto-37654.aspx>
- Fernández, F. (2014), *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante Chifa Hugo's utilizando estándares derivados de las buenas prácticas*.(tesis de licenciatura).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.
- Gobierno regional de Áncash (2017) recuperado de: <http://www.regionancash.gob.pe/>
- 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>
- Hernández, R., Fernández, C. , y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. 5Ta ed. Chile: McGrawHill
- International Organization for Standardization – ISO (2005). *Norma internacional ISO 9000 2000*. Recuperado de http://www.uco.es/sae/archivo/normativa/ISO_9000_2005.pdf
- 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.
- Martín, I. (2004). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico* (3era ed.). España: Pirámide.
- Marketing Publishing. (2007). *Gestión de la calidad total*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10194515&ppg=7>.
- Medina, E.(2015).*Evaluación de la calidad del servicio del Restaurante “Mar y Luna” de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas.(tesis de licenciatura)*Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Chimbote, Perú.

- 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](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 (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_gesadmm.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 .
- Miranda, T.(2016). *Evaluación de la calidad del servicio del restaurante “Aquí Gusto” de Nuevo Chimbote, utilizando estándares derivados de Las Buenas Prácticas.(tesis de licenciatura)*. Universidad Católica LosÁngeles 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.(tesis de licenciatura).*Universidad Católica Ángeles De Chimbote, Chimbote, Perú.
- Nanclares, J. (2001). *Marketing y planificación para restaurantes*. México: Paraninfo.
- Observatorio turístico del Perú (2013) recuperado de: <http://www.observatorioturisticodelperu.com/>.
- Océano Céntrum. (s.f.). *Enciclopedia práctica profesional de: turismo, hoteles y restaurantes*. España: Grupo editorial Océano.
- Plan Estratégico Nacional de Turismo - 2008-2018 – PENTUR. (2008). *Síntesis para la puesta en operación*.
- Portal de turismo. (24 de febrero del 2016). *Sector Alojamientos y Restaurantes se desaceleró en 2015*.recuperado de <http://www.portaldeturismo.pe/index.php/otras-secciones/estadisticas/item/1591-sector-alojamientos-y-restaurantes-se-desacelero-en-2015>.
- 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%20practicass%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-practicass.pdf .
- Ramírez, C. (2002). *Calidad total en las empresas turísticas*. México D.F.: Trillas.

- Ramírez, C. (1994). *La modernización y administración de empresas turísticas*. MéxicoD.F.: Trillas.
- Rubio, P. (2006). *Introducción a la gestión empresarial*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliocauladechsp/Doc?id=10565708&ppg=4>.
- Sanchez,R (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 de licenciatura*).Universidad Católica los Ángeles De Chimbote, Chimbote, Perú.
- Sánchez Feito, J. (2000). *Procesos de servicios en restauración*. España: Síntesis.
- Samanumed, N (2014) *.Evaluación de la calidad del servicio del servicio del restaurante picantería Panchito de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas, en el año 2013. (Tesis de licenciatura)*.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>.
- Sociedad Peruana de Gastronomía (2009). *El Boom de la Gastronomía Peruana: Su Impacto Económico y Social*. Perú: Autor :Sociedad Peruana de Gastronomía
- Asociación Peruana de Gastronomía(2015). *Quince pautas básicas que tu restaurante debe cumplir para garantizar la inocuidad de sus alimentos*. Recuperado de <http://apega.pe/contenido/quince-pautas-basicas-que-tu-restaurante-debe-cumplir-para-garantizar-la-inocuidad-de-sus-alimentosD428/unete-a-la-causaS25/unete-a-la-causaC4.html>.

- 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 de licenciatura). 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_hotelhotel-fund_vida_silvestre.pdf.
- Trujillo, A., Vera, J. (2009). *El papel de la calidad del servicio del restaurante como antecedente de la lealtad del cliente. Panorama socioeconómico*, vol. 27, núm. 38, pp. 16-30 Universidad de Talca, Talca, Chile.
- Vidal, M.(2016) *Evaluación de la calidad del servicio del restaurant "Venecia" de la ciudad de Chimbote, utilizando estándares derivados de las buenas prácticas.* (Tesis de licenciatura).Universidad Católica Los Ángeles De Chimbote, Chimbote, Perú.

ANEXOS

ANEXO 1



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

GUIA 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 _____

ANEXO 03



FICHA DE OBSERVACIÓN GESTIÓN EMPRESARIAL RESTAURANTES

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 04



FICHA DE OBSERVACIÓN INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

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 anticorrosivo			

	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 televisión			
	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 administrativa			
	La oficina cuenta con los equipos e implementos necesarios			

ANEXO 05



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 producción	Se lleva a cabo un control del estado de equipos, utensilios y materiales de trabajo empleando un check list antes de iniciar las operaciones			
	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 prealistamiento 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	Existe un procedimiento pre-establecido para la limpieza y sanitización de ambientes y mobiliario (salón, sala de estar, bar,		

comedor	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 reserva			
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 clientes			
	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 correctivo			
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 06



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Ficha de observación de buenas prácticas ambientales

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 energía	La empresa cuenta con programas para el uso eficiente de la 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 al medio	La empresa cuenta con un diseño e infraestructura armonioso con el paisaje			
---------------------	--	--	--	--

ANEXO 07



FICHA DE OBSERVACIÓN BUENAS PRÁCTICAS SOCIO-CULTURALES

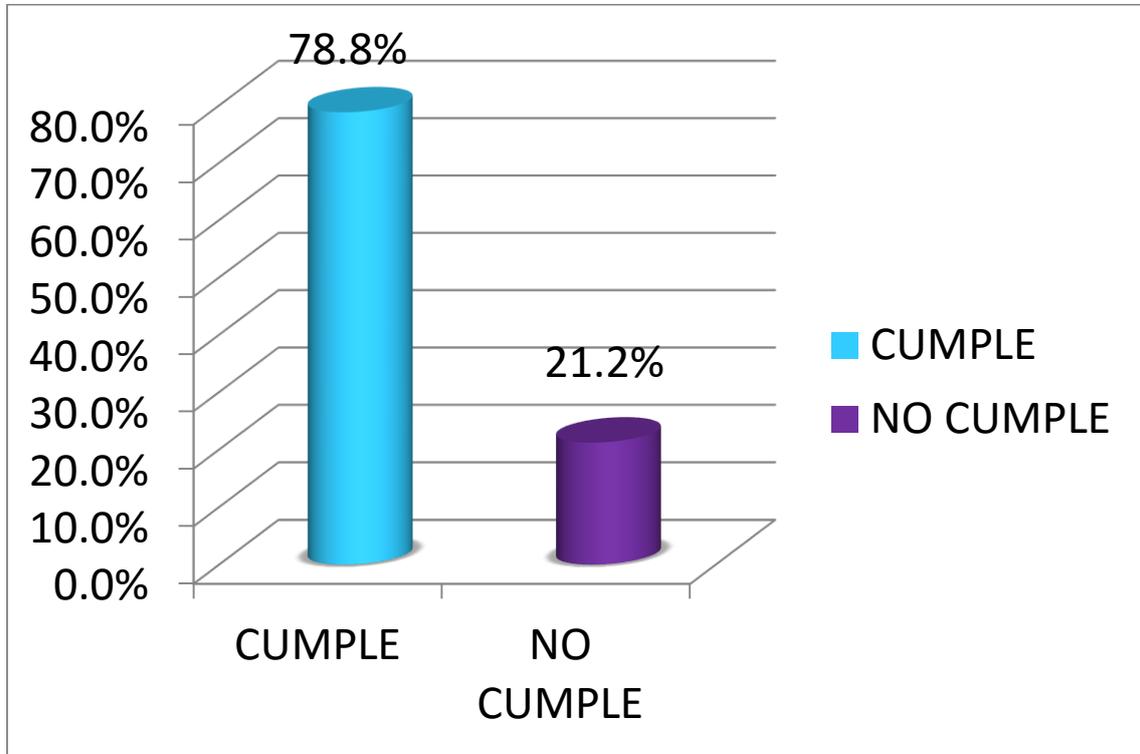
SUB DIMENSIÓN	ITEM	CUMPLE		OBSERVACIÓN
		SI	NO	
Apoyo a la cultura local	La empresa difunde las actividades y manifestaciones culturales de la comunidad			
	La empresa no participa en la adquisición de bienes del patrimonio de procedencia ilegal			

	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 08

CUMPLIMIENTO DE ESTÁNDARES DERIVADOS DE LAS BUENAS PRÁCTICAS



Fuente: Tabla 8