



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO

LA IMPORTANCIA DE LAS BUENAS PRÁCTICAS EN EL SERVICIO  
DEL RESTAURANTE ARÁNDANOS 2020

PRESENTADA POR  
JORGE HUMBERTO JHONG HUAMAN

ASESOR  
ZULEMA YNÉS HASSINGER GONZALES

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN  
CIENCIAS GASTRONÓMICAS

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual**  
**CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA  
SECCIÓN DE POSGRADO DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**LA IMPORTANCIA DE LAS BUENAS PRÁCTICAS EN EL  
SERVICIO DEL RESTAURANTE ARÁNDANOS 2020**

**TESIS PARA OPTAR  
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN CIENCIAS GASTRONÓMICAS**

**PRESENTADO POR  
JORGE HUMBERTO JHONG HUAMAN**

**ASESORA  
Dra. ZULEMA YNÉS HASSINGER GONZALES**

**LIMA, PERÚ  
2020**

## INDICE

### Tabla de contenido

RESUMEN.....	4
ABSTRACT .....	5
INTRODUCCIÓN.....	6
Descripción de la realidad problemática.....	6
Formulación del Problema .....	8
Objetivos de la investigación .....	8
Justificación de la investigación .....	9
Viabilidad de la investigación .....	10
Limitaciones del estudio .....	10
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....	11
1.1 Antecedentes de la Investigación .....	11
1.2 Bases Teóricas.....	14
1.2.1 Buenas prácticas.....	14
1.2.2 Servicio.....	19
1.3 Definición de Términos Básicos .....	22
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA .....	25
2.1 Tipo y diseño de la investigación.....	25
2.2 Diseño Muestral.....	26
2.3 Técnica de recolección de datos .....	26
3.3 Aspectos éticos .....	27
CAPÍTULO III: RESULTADOS .....	28
3.1 Resultados de Guion de entrevista .....	28
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN .....	48
CAPÍTULO V: PROPUESTA .....	51
CONCLUSIONES .....	59
RECOMENDACIONES.....	60
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	61
ANEXO .....	65

## **DEDICATORIA**

A mi amada esposa Luz Olinda, a mis hijos  
y a mis nietos Jeikob, Joaquín, Arisbeth y Fidel

## **AGRADECIMIENTOS**

Al Señor Decano Dr. Johan Leuridan Huys,  
por su invaluable apoyo a lo largo de mi carrera  
profesional y pedagógica.

Al Magister Alberto Sarmiento Cachuas, por su  
desinteresado apoyo para la realización de  
esta investigación.

A mi asesora Dra. Zulema Hassinger  
Gonzales, por sus indicaciones para la  
realización de esta investigación.

## RESUMEN

La presente investigación toca el tema de las buenas prácticas y el servicio, elementos intangibles, considerados primordiales para la actividad turística en la actualidad, es por ello, que se estudia estos elementos en el restaurante Arándanos del distrito de Miraflores durante el año 2020, la tesis propone analizar la importancia de las buenas prácticas y el servicio que se brindan para lograr una atención de calidad que sobrepase las expectativas de los clientes asimismo se plantea una Cartilla de Buenas Prácticas y Servicio, acorde a las necesidades específicas de la restauración en favor de la mejora de la atención del comensal que va al restaurante que es caso de estudio.

La investigación tiene un enfoque cualitativo y el diseño es fenomenológico, de igual manera para la recolección de información se utilizó el guion de entrevista.

La investigación concluye con una propuesta de “Cartilla de Buenas Prácticas y Servicio”, que servirá de manera útil y práctica para todos los que laboran en restauración y quieren mejorar cada día.

Palabras claves: servicio, calidad, restauración, buenas prácticas, comensal, atención.

## **ABSTRACT**

The current investigation will be addressing the subject of good practices and service, intangible elements, considered as essential for the touristic activity nowadays, this is why; this investigation studies this elements in the restaurant "Arándanos" from the district of Miraflores during the year 2020. The study propose to analyze the importance of the good practices and service that are provide in order to get a quality attention that exceeds the expectations of the clients, as well, it is set out a GP notebook and Services, according to the specific necessities of the restoration in favor for the improvement of customer service for clients that goes to the restaurant, which is case of study in this thesis.

The investigation has a qualitative approach and the design is phenomenological, in the same way for the compilation of information it was used the interwiev script.

Keywords: service, quality, restaurant, good practices, client, customer care.

# INTRODUCCIÓN

## Descripción de la realidad problemática

Según cifras de la Organización Mundial del Turismo para el 2020, serán alrededor de 1,600 millones de turistas viajando por el mundo, asimismo en la página web del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur), muestra que al Perú en el tercer trimestre 2019, llegaron alrededor de 4,400,000 de turistas extranjeros; por lo tanto es importante preguntarnos hasta qué punto el servicio y las buenas prácticas están siendo utilizadas como piezas intangibles fundamentales en los establecimientos de prestación turística en especial en los restaurantes que sean utilizadas como herramientas para fidelizar a sus clientes y de esta manera contribuir al crecimiento del turismo en nuestra ciudad.

La actividad turística se ha ido posicionando como una de las tres principales actividades económicas en el Perú, el ingreso de divisas hasta el tercer trimestre del 2019 según la página web del Mincetur fue de 3,904,000 millones de Dólares; reflejándose en el crecimiento de la infraestructura hotelera el país, trayendo como consecuencia mayor generación de empleo y por ende mejores fuentes de ingreso.

Por lo tanto, es primordial destacar la importancia del servicio y las buenas prácticas las cuales deben de brindarse en todos los establecimientos de turismo

en el Perú y en especial en los distritos altamente turísticos como es el distrito de Miraflores.

Castellanos (2012) menciona acerca de la importancia del servicio y es principalmente no darnos cuenta de quién nos atiende, lo fundamental en este intercambio es actuar de manera empática para la aceptación del requerimiento ya sea servicio tangible o intangible, es allí donde sale la magia ya que se despierta el sentirse importante y bien tratado.

Es allí donde también como refiere Castellanos (2012), la preponderancia de la atención y servicio al cliente satisfaciendo todas sus necesidades; es allí donde aparece otro aspecto importante que no debe dejarse de lado que son la aplicación de las buenas prácticas en los establecimientos que ofrecen un servicio turístico.

Es fundamental determinar la relación que existe entre el servicio y la aplicación de las buenas prácticas en el restaurante Arándanos de Miraflores, por ello la presente investigación busca determinar la importancia que tienen el servicio y las buenas prácticas para el éxito de un restaurante y como deben cumplir con sus estándares de calidad para alcanzar la satisfacción del cliente interno y externo, además se propone presentar una cartilla realizada bajo el esquema de los Manuales de Buenas Prácticas realizados por el Mincetur dentro del Programa Nacional de Calidad Turística - CALTUR, la misma que será utilizada

como una herramienta de aplicación para lograr la excelencia en la prestación del servicio en el restaurante.

## **Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Cuál es la importancia de las buenas prácticas y el servicio que se presta en el restaurante Arándanos de Miraflores 2020?

### **Problemas específicos**

¿De qué manera la ausencia de Buenas Prácticas no permite la satisfacción del cliente interno en el restaurante Arándanos de Miraflores 2020?

¿De qué manera las buenas prácticas influyen en el servicio del colaborador en la atención al comensal en el Restaurante Arándanos de Miraflores 2020?

¿De qué manera una propuesta de cartilla de Buenas Prácticas y Servicio puede impulsar la satisfacción del cliente interno del restaurante Arándanos de Miraflores 2020?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo general**

Analizar la importancia de las Buenas Prácticas y el servicio que se brindan en el restaurante Arándanos de Miraflores 2020

## **Objetivos específicos**

Determinar la importancia de las Buenas Prácticas para lograr la satisfacción del cliente interno en el restaurante Arándanos de Miraflores 2020

Determinar cómo las buenas prácticas influyen en el colaborador para lograr la excelencia en el servicio al comensal del restaurante Arándanos de Miraflores 2020

Proponer una cartilla de Buenas Prácticas y Servicio, para impulsar la satisfacción del cliente interno del restaurante Arándanos 2020

## **Justificación de la investigación**

La presente investigación tiene un aspecto teórico ya que contribuye con información para siguientes estudios que puedan ejecutarse a partir del entendimiento de la importancia de la aplicación de las buenas prácticas como herramienta de gestión para lograr la excelencia en el servicio en los establecimientos turísticos.

En el aspecto turístico ya que busca contribuir a mejorar el servicio y las buenas prácticas a partir de la contribución del modelo del Plan Nacional de Calidad Turística CALTUR, el diseño de una cartilla que servirá para que los clientes internos del restaurante y que puedan aplicarla; asimismo esta pueda ser replicada con el aporte del Municipio de Miraflores para el beneficio de los vecinos y turistas en la localidad.

## **Viabilidad de la investigación**

La presente investigación es viable ya que al encontrarse en un distrito turístico como lo es el distrito de Miraflores es de fácil ubicación, del mismo modo se contó con la apertura de los entrevistados que fueron los clientes internos del restaurante.

Finalmente, se utilizaron materiales de biblioteca físicos y virtuales, para la metodología se realizó el guion de entrevista por lo cual fue un recurso económico que se pudo afrontar, ante lo expuesto se determina que la presente investigación es viable.

## **Limitaciones del estudio**

La principal limitación del estudio está relacionada con la prestación del servicio y las buenas prácticas en los restaurantes, asimismo se pudo determinar que en la Municipalidad de Miraflores no cuentan con una base de datos actualizada de los restaurantes que practiquen las buenas prácticas, hoy tan importante para la actividad turística.

# CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

## 1.1 Antecedentes de la investigación

### 1.1.1 Internacionales

Monroy & Urcádiz (2019), México en su artículo “Calidad de Servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México”, reflexiona acerca de la importancia de la calidad de servicio por ello tiene como objetivo “Valorar la precepción de la CS y SC, así como determinar el grado de incidencia de las medias de la CS en las medias de la SCA (en términos correlativos) en los restaurantes en el destino turístico de La Paz, México” (p.5).

La metodología fue de tipo transversal, por ello se analizó a partir de la realización de un cuestionario validado, cabe mencionar que para la realización de esta investigación se realizó una encuesta piloto de confiabilidad de alfa de Cronbach arrojando el resultado inferior al de 0.714; para luego aplicar el instrumento a los clientes en base a los niveles de satisfacción del servicio y la importancia que tiene el fortalecimiento de la empresa hacia sus clientes en cuanto a la excelencia en el servicio, ya que cada vez “los clientes son más exigentes y menos fieles “ (p.4).

Cadena – Badilla, J. et al (2016), México en su artículo “Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México”, presenta como objetivo del estudio “Medir el grado de satisfacción de la calidad del servicio proporcionado a sus clientes por los Restaurantes del Estado de

Sonora para determinar el nivel en el que se encuentra, para poder contribuir con la identificación de la problemática cuando se presentan bajos niveles de satisfacción en el servicio recibido” (p.45), se utilizó una adaptación del modelo SERVQUALING para la presente investigación.

Asimismo la metodología utilizada fue se utilizó la estadística descriptiva y la encuesta para ello el estudio presenta el nivel de confiabilidad de Alfa de Cronbach igual a 0.922 considerada aceptable para estos tipos de estudios estadísticos, entre las principales conclusiones se obtiene que el “81,9% de los encuestados manifestó haber recibido una atención y un servicio de calidad que de bueno a muy bueno y que un 16.5 % manifestó no haber quedado satisfecho ya que calificaron como regular el servicio y la atención recibido. Un 1.6 % calificado de malo el servicio recibido” (p. 57). Finalmente se puede apreciar que el estudio del nivel de satisfacción de los clientes es favorable por la buena calidad de los servicios ofrecidos en el destino de Sonora.

Oliva, E. & Palacios D. (2017), Colombia en su artículo “Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó”, se menciona que “en la industria hotelera, la calidad del servicio es uno de los elementos más importantes para la obtención de una ventaja competitiva y sostenible en el mercado” (p.199).

La finalidad del estudio fue realizar una evaluación de la calidad a partir del servicio que percibieron los turistas en los hoteles en el destinos, a partir de las dimensiones del servicio basados en los sistemas del SERVQUAL y SERVPERF, de igual manera el estudio fue mixto y el instrumento fue la

encuesta a partir de la escala de Likert, también se presentó el nivel de confiabilidad a partir del Alfa de Cronbach con un valor superior a 0.7 aceptable para este tipo de estudio, finalmente se presentaron los resultados finales que concluyeron que el servicio hotelero debe mejorar en especial la preparación del personal de contacto con el cliente ya que es importante fortalecer la relación con el cliente a través de la fidelización y compromiso del cliente interno con la empresa.

### **1.1.2 Nacionales**

En la tesis de maestría de realizada por Janampa (2019) la investigación titulada “Diseño de un Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria en los Procesos de Elaboración de Alimentos del Restaurante La Caribeña”, teniendo por objetivo diseñar medidas de seguridad a fin de garantizar la inocuidad de los alimentos preparados en el restaurante La Caribeña del Callao, el estudio utilizado fue de enfoque mixto (cualitativo – cuantitativo), tipo descriptivo.

Los instrumentos utilizados fueron la encuesta para los colaboradores; las entrevistas se realizaron al dueño y gerente del restaurante asimismo una de las conclusiones evidencia que la implementación del SGSA, demorará debido a los aspectos débiles encontrado en proceso debido fundamentalmente por la ausencia de conocimiento de los sistemas de los colaboradores y a eso se suma que se deben de realizar mejoras en la infraestructura del restaurante.

En la tesis de maestría de realizada por Morí (2019) la investigación titulada “La Manipulación de Alimentos y las Mejores Técnicas en la Cebichería Tres Estilos

Ica- 2019”, el estudio presenta como finalidad analizar la situación de las Cebichería Tres Estilos para desarrollar de manera integral procesos, procedimientos y prácticas conocidas como BPM, aplicar un Plan de mejorar para obtener la correcta manipulación de alimentos, se utilizó el enfoque mixto, de alcance descriptivo correlacional, como técnicas de recolección se utilizaron: la encuesta, el guion de entrevista y la observación; las conclusiones revelaron que existe una relación entre la manipulación de alimentos y las técnicas para garantizar la inocuidad de los insumos que utilizan, pero también es necesario que mejoren las técnicas culinarias como se manifiestan en el último objetivo.

## **1.2 Bases teóricas**

Para la elaboración de la presente investigación es un proceso a partir de la investigación de diferentes autores, con la finalidad de brindar un aporte al conocimiento que se tienen acerca de las buenas prácticas y el servicio por ello se pretende dilucidar conceptos que permitan dar a conocer el valor del cliente interno y externo en la atención en la restauración.

### **1.2.1 Buenas prácticas**

El Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR 2017 – 2025, menciona:

El PENTUR 2016 – 2025, principal herramienta de planeamiento turístico de nuestro país, establece de igual forma la importancia de desarrollar acciones para mejorar la calidad de los productos y destinos turísticos,

con el fin de lograr que el Perú sea reconocido a nivel mundial, como un destino turístico sostenible, de calidad y seguro, en este contexto, el MINCETUR, presenta el CALTUR, como un instrumento de planificación que permitirá orientar el desarrollo de la calidad en el sector turismo hacia el 2025.

Como se citó en Vargas (2007), Joseph Juran afirma que se puede generar en una serie de pasos llamado mapa de planeación de la calidad; en él se trabajan los siguientes aspectos:

- Identificación de los clientes.
- Determinar las necesidades de esos clientes.
- Traducir las necesidades al lenguaje.
- Desarrollar productos con características que respondan en forma óptima a las necesidades de los clientes.
- Desarrollar un proceso que sea capaz de producir las características del producto.
- Transferir el proceso a la operación.

Como se menciona es importante destacar la importancia de la calidad en la práctica de la actividad turística, es primordial destacar que las empresas de servicios turísticos tienen que desarrollar productos y servicios preparados a la medida del cliente.

De igual manera Vargas (2007), explica que la calidad del servicio conlleva mejorar la atención a los diversos procesos desde el inicio de sus fases hasta salvaguardar la cadena del servicio lo que finalmente es el objetivo alcanzar la satisfacción del cliente.

El Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR 2017 – 2025, menciona:

El SABP (Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas), es la herramienta más representativa en el ámbito de prestadores de servicios turísticos, debido a la continuidad y extensión que ha alcanzado a nivel nacional. Esta herramienta por el MINCETUR promueve la mejora de la calidad de los servicios, a través de la aplicación de buenas prácticas de gestión, desarrolladas de manera específica para cada rubro de prestación. (en línea)

De acuerdo con lo indicado por los autores antes presentados, es primordial que las empresas de servicios turísticos cuenten con herramientas y mecanismos que puedan lograr una mejora continua en sus procesos por consiguiente lograr la calidad total y la excelencia en el servicio que se presta al usuario final en el caso de la actividad turística es el turista que visita los atractivos turísticos en los destinos.

Al respecto la Guía del Participante (en línea), menciona que la calidad es parte fundamental en el proceso para lograr la competitividad en los servicios

turísticos, es allí donde se deben conocer y responder lo que requieren los turistas, ya que el real veedor de la calidad es el consumidor.

Asimismo, es importante destacar lo que refieren los autores Aldana de Vega, L., et al (2011) acerca de la calidad la misma que se fundamenta en la planificación para organizar y configurar equipos de trabajo, asimismo es primordial tener en claro las reglas en el liderazgo y como se mencionó anteriormente es una acertada cultura de equipo y trabajo lo que nos lleva al éxito.

Precisamente lo que se menciona en el párrafo anterior tiene relación con lo que las empresas turísticas en la actualidad deben lograr el trabajo en equipo a partir de un proceso establecido de calidad con la finalidad de satisfacer a los clientes internos y externos de las mismas, lo que al final contribuirá con el crecimiento de la oferta turística del Perú.

Asimismo, es importante destacar lo que refieren los autores Aldana de Vega, L., et al (2011):

La calidad es la interacción entre el modo de pensar de la empresa y los procesos que en ella se gestionan en el día a día y la búsqueda permanente de la perfección en todas y cada una de las personas que la integran con el objetivo de transformar la sociedad, entender las necesidades del entorno y satisfacer a las partes involucradas.

La Guía Metodológica para el Facilitador de Programa de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE. 2011:

Los empresarios y clientes internos conocen y emplean una guía de mejora de métodos mediante el análisis de sus procesos principales asociados a sus negocios que les permite mejorar la calidad de sus servicios. Así como obtener buenas prácticas que les permiten contar con espacios de trabajo bien organizados, ordenados, aseados para brindar una mejor productividad y de esta manera brindar y elevar el entorno laboral. (en línea)

Esta investigación pretende dar a conocer fundamentalmente las buenas prácticas, base principal para el servicio turístico en el país, por consiguiente, el MINCETUR, ha diseñado el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2020 – 2025 (2015), en el que se menciona la importancia de esta herramienta base del servicio turístico en las diferentes empresas turísticas en el Perú:

Establece la implementación de herramientas entre las que se menciona el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas -SABP, el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE, el Sello de Calidad Turística Perú y los cursos cortos para la mejora de los servicios turísticos, en el marco del CALTUR para contribuir a que los “prestadores de servicios turísticos apliquen las buenas prácticas empresariales y desarrollen su actividad con responsabilidad social y respeto por el patrimonio natural y cultural (en línea).

Uno de los aspectos fundamentales mencionado por los autores citados es el papel preponderante que tiene la calidad al momento de brindarse los servicios turísticos y como esta se relaciona con las buenas prácticas.

### **1.2.2 Servicio**

Es sustancial destacar lo que refiere Camacho J. (2012), cuando destaca lo valioso que representa el servicio en especial en las empresas de restauración, es decir al brindar un servicio no se piensa quien es que recibe el consumidor es más bien el darle la atención a pesar de tener quizás sentimientos encontrados, la base es el dar un óptimo servicio para su satisfacción.

De igual manera Vargas (2007), alude que la amplitud de las empresas se relaciona con la capacidad para brindar servicios a sus comensales de la mejor forma logrando que el servicio permita llegar al mercado con un producto de excelencia en la calidad.

La tendencia de la práctica del turismo hoy es acercar al turista con las comunidades que ellos puedan vivir la experiencia en las localidades, es por ello fundamental e importante que las empresas turísticas se preparen para que el turista pueda sentirse “como en casa” y para ello se debe trabajar con las empresas y lograr la excelencia en el servicio turístico y ser competitivos para lograr una oferta diferenciada tal como se menciona en los párrafos anteriores.

De igual manera cuando se menciona a la importancia en los servicios turísticos podemos mencionar a López N. (2003), ya que alude que los servicios tienen una escala de particularidades ya que se diferencian entre los servicios tangibles e intangibles, pero en el servicio de restaurant al realizar las estrategias de marketing se deben contar con la: intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y en especial la parte perecedera del producto.

El estudio pretende lograr dar a conocer la importancia del servicio en las buenas prácticas, pero como mencionan los siguientes autores es preponderante que el servicio se base en el liderazgo, el ofrecer un servicio no es un deseo, es importante siempre saber que se puede llegar al éxito, este se fundamenta en guiar en todas las áreas de las empresas y en especial mantener pasión para mantener la promesa entre los colaboradores. A. Zeithaml, V. et al (2007).

Por otro lado, adicionalmente a lo mencionado en párrafos anteriores, se puede referir a Maceda P. (2009) quién expresa que la calidad debe ser concebida a los colaboradores y clientes como la satisfacción total de la calidad, y que es lo que los llevará al éxito asegurado lo que redundará en el éxito de la empresa para mantenerse en el tiempo.

De igual manera, debemos considerar lo significativo de la calidad de servicio al ser intangible y que puede crear verdaderos clientes dependiendo del trato recibido, como se mencionan los autores referidos en los siguientes párrafos:

El ofrecer un servicio de calidad nos brinda clientes reales quienes al recibir el servicio se convierten en fieles y leales, ellos volverán a utilizar los servicios y serán nuestra mejor publicidad para adquirir nuevos clientes, esta es la manera de lograr la excelencia en el servicio. A. Zeithaml, V. et al (2007).

Es importante referir a Según López N (2003), cuando menciona que los servicios son intangibles, puede ser en parte perjudicial para el vendedor y comprador ya que este último no conoce realmente el servicio ya que lo obtiene luego de ser adquirido todo contrario al servicio tangible.

Es importante determinar la calidad de servicio que se presta en la restauración ya que el cliente es quien recibe la prestación y muchas veces de él depende el éxito de nuestro negocio en el mercado turístico, pero para llegar a esta excelencia en el servicio, los autores Zeithaml V. et al, citado en Lovelock C. & Wirtz J. (2011), han determinado: “cinco dimensiones para medir la calidad del servicio: tangibles, confiabilidad, respuesta, certidumbre y empatía” (p. 384).

Del párrafo anterior se desprende la importancia de conocer cada uno de los significados de las dimensiones de la calidad, ya que son fundamentales para determinar cuando una empresa brinda un servicio de calidad, por lo antes

mencionado se puede deducir que es vital reconocer la importancia de reconocer lo tangible e intangibles del servicio que se presta, es así como los autores como A. Zeithaml, V. et al (2007), mencionan que existen diferencias entre lo intangible y tangible, allí en especial la parte tangible refiere a las instalaciones, colaboradores, equipos de trabajo, lo intangible es la fiabilidad que el cliente se sienta confiado a partir de un servicio de calidad, allí también se incluye la capacidad de respuesta, la seguridad lo que todo engloba a brindar la excelencia en el servicio buscando la lealtad del cliente.

### **1.3 Definición de términos básicos**

Atención al cliente, según el Manual de Buenas Prácticas del CALTUR (2013), (1) Servicios que prestan las empresas para satisfacer las necesidades de sus clientes. (2) Servicios brindados por una empresa en el cual los clientes pueden exponer sus quejas y reclamos, brindar sugerencias o realizar las consultas que desee acerca de los productos o servicios ofrecidos por la empresa.

Atención: Según el Manual de Atención al Cliente (2013), “Es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los servicios brindados por una empresa o persona que ofrece dichos servicios, los cuatro factores para una buena atención al cliente son: presentación personal, sonrisa, amabilidad y educación”. (p.12)

Beneficios: Según el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE (2016), Características tangibles e intangibles de un producto o servicio que tienen valor para el cliente. (p.55).

Buenas Prácticas: “Son acciones para prevenir, corregir y/o mejorar ciertos aspectos de la operación turística, las Buenas prácticas deben garantizar que se produce el menor impacto posible sobre los recursos, que se mejora la calidad del producto turístico que mejorar la imagen de le empresas frente al cliente, que la gestión empresarial es más eficiente y que se consigue un mejor desempeño socioeconómico”, Guía de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica. (p.9 en línea)

Cliente: según el Manual de Buenas Prácticas del CALTUR (2013), menciona que “toda persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, recibe un servicio y cancela una cifra previamente pactada a cambio de este, es la razón de ser del servicio” (en línea).

Motivación del personal: Según el Manual de Buenas Prácticas del CALTUR, (2013) se menciona que la “Habilidad de una organización para generar y mantener en los empleados, de todos os niveles jerárquicos, una actitud positiva acerca de sus labores y logrando – adicionalmente- una mayor eficiencia por parte de estos” (en línea).

Nutrición según Méndez A. (2010) dice: “Es un acto involuntario, inconsciente que comprende el conjunto de procesos mediante los cuales el organismo recibe, transforma e incorpora las sustancias contenidas en alimentos, que constituyen los materiales necesarios y esenciales para el mantenimiento es de la vida”. (p.12)

Restauración según Plaza S. (2010), la restauración tradicional comprende los restaurantes o casa de misas que son un negocio individual o social, en los que la principal característica es un comedor múltiple en el que se sirven comida elaboradas en una cocina, en este grupo encontramos restaurantes de distinta categoría, autoservicios, bar, buffets cafeterías, pizzerías, hamburguesería, etc. (p.5).

Servicio: Según el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos – MGE (2016), se denomina a cualquier actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta, Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. (p.56).

Tendencia gastronómica: Según López, L. et al, (2016) mencionan que “Las tendencias son ideas aplicadas a la vida cotidiana por gusto o atracción hacia un objeto, un modo de comportamiento y gastronómicamente hablando la forma de preparar y comer los alimentos; es un cambio o evolución adaptado a la vida de la sociedad, con gustos individuales que se conjuntan para hacer preferencias colectivas. (p.30).

## **CAPÍTULO II: METODOLOGÍA**

### **2.1 Tipo y diseño de la investigación**

El estudio de investigación es de paradigma cualitativo debido a que el tema ha sido poco estudiado, por ello se presenta la investigación con el fin de profundizar el tema que son las Buenas prácticas y la importancia del servicio en la restauración, por ello se considera lo escrito por Hernández, R & Mendoza C. (2019): “La ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto” (p.390).

Por otro lado, la presente investigación presenta el diseño fenomenológico debido a que gira alrededor de los entrevistados y como ellos aprecian su entorno, tal como lo mencionan Hernández, R & Mendoza C. (2019): “Su propósito principal es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias” (p.548).

Asimismo, Vara Horna A. (2010) menciona la utilidad del diseño Fenomenológico: “Este diseño también es útil para identificar las razones de aceptación o rechazo de diversos productos o servicios” (p. 193)

## **2.2 Diseño muestral**

### **2.2.1 Población**

La población de estudio estuvo conformada por los clientes internos del “Restaurante Arándanos”, utilizando la muestra por conveniencia, como menciona Battaglia (citado en Hernández, R & Mendoza C. 2019): “Estas muestras están formadas por los casos disponibles a los cuales tenemos acceso” (p.433)

### **2.2.2 Muestra**

## **2.3 Técnica de recolección de datos**

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la entrevista y como instrumento se manejó el guion de entrevista, como menciona Carrasco S. (2013): “Es un instrumento muy utilizado en la investigación social, y consiste en un dialogo interpersonal entre el entrevistador y el entrevistado, en una relación cara a cara, es decir, de forma directa” (p. 315).

Para la realización de la muestra se realizaron 05 entrevistas a los clientes internos de las diferentes áreas como son: el área de cocina; servicio de comedor, bar, heladería y la administración del “Restaurante Arándanos”.

### **3.3 Aspectos éticos**

El presente estudio de investigación es un tema poco profundizado, asimismo las fuentes de información primaria y secundarias han sido manejadas y respetadas.

Las referencias bibliográficas están asentadas y señaladas en el Manual de Publicaciones de la *American Psychological Association* – APA, asimismo se han respetado las normas establecidas por la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología: Escuela de Turismo y Hotelería.

De igual forma, la presente investigación contó con la utilización del guion de entrevistas, quienes fueron voluntarios conocedores de los objetivos y fundamentos del presente estudio.

## **CAPÍTULO III: RESULTADOS**

### **3.1 Resultados de guion de entrevista**

A continuación, se presentan los resultados de la aplicación de la entrevista realizada a los clientes internos del Restaurant Arándanos, y fueron aplicadas del 02 al 06 del mes de marzo del 2020; las mismas que fueron procesadas a partir de una Matriz de Triangulación.

Para la realización del guion de la entrevista se utilizaron los siguientes puntos:

- Empatía.
- Procesos en la preparación de insumos.
- Cliente interno.
- Mejora continua.
- Cultura profesional.

## Tabla N° 1 |

### Matriz de Triangulación del Guion de Entrevistas

Empatía	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Conclusiones
¿Considero que la empresa conoce la importancia de la excelencia en el servicio al cliente?	Sí, es el pilar para la empresa.	Es una empresa que es nueva en el mercado, aún tiene mucho por mejorar en ese aspecto. Durante el tiempo que estuve trabajando el	Considero que la calidad es lo esencial si de excelencia hablamos. En mi opinión, no tienen definido cuál es el protocolo o estándar de servicio que	Si, considero que la empresa conoce el servicio, pero no lo prioriza como importante.	Creo que la empresa no se preocupa por el servicio	Los 05 entrevistados coinciden en que la empresa debe dar mayor importancia a la excelencia en el servicio al cliente ya que como se manifiesta

		<p>problema era la demora de los paltos de fondo en la cocina y pusieron una chef más, pero esto seguía y en mi opinión es su equipamiento no va de acuerdo con la cantidad de aforo en el local.</p>	<p>toda empresa tendría que manejar.</p>			<p>tienen aún mucho que mejorar, y en otros casos mencionan que no es prioridad en la empresa, asimismo mencionaron la importancia de contar con un protocolo ya que todas las empresas que brindan</p>
--	--	---	--	--	--	---

						servicios de excelencia cuentan con un documento o manual para mejorar el servicio.
¿Considero que todos en la empresa están identificados con las expectativas del cliente?	La gran mayoría de los colaboradores siempre buscan cumplir con las expectativas del cliente, o de lo contrario,	En mi opinión si cada colaborador trata de dar lo mejor de si.	Las expectativas de cada persona son distintas y depende de qué clase de experiencia haya tenido el	No, en un 75% si, pero el resto no.	No todos están involucrados con las expectativas del cliente ya que algunos como yo que somos empelados	De los 05 entrevistados, 04 mencionan que la empresa no esta identificada con las expectativas del cliente,

	<p>buscar soluciones para ellas</p>		<p>cliente, ya sea con la empresa u otra. Pienso que no todos se encuentran en la capacidad de poder dar a los clientes esa imagen y experiencia que los clientes se quisieran llevar, Sobre todo por que no ha habido una</p>		<p>tratamos de dar lo mejor por nuestro lado y a veces la empresa ni se entera de nuestros esfuerzos.</p>	<p>asimismo 01 entrevistado manifiesta que deben mejorar este aspecto</p>
--	---	--	--	--	---	---

			capacitación de por medio a todos en el lugar de trabajo.			
<b>Procesos en la preparación de insumos</b>	<b>Entrevistado 1</b>	<b>Entrevistado 2</b>	<b>Entrevistado 3</b>	<b>Entrevistado 4</b>	<b>Entrevistado 5</b>	<b>Conclusiones</b>
¿La empresa tiene definido la cadena de procesos desde el inicio hasta la entrega del producto?	No está bien definido, y considero que eso se debe a que no tienen un manual que lo exprese.	Sí, pero a veces esto no se cumple por ejemplo no se arma la mesa antes de entregar el producto o los clientes piden el postre antes del	Si, pero hace falta personal para llegar a la conclusión de los resultados de estos procesos.	Considero que cuando la empresa está en un momento de mayor afluencia, a veces ya no se le puede controlar.	Si, pero le falta personal para atender mejor sus procesos ya que a veces la clientela sobre pasa nuestras manos y no podemos atender a todos.	Los entrevistados afirman que se deben mejorar los procesos ya que a veces la afluencia de comensales no permite cumplir con la cadena

		plato de fondo, y para la preparación en cocina se demora.				de procesos y por consiguiente puede ser un factor desfavorable para la excelencia en el servicio
La empresa tiene identificado a los responsables en los procesos	Si, los tiene identificados, no obstante, no siempre ellos efectúan los procesos, a	Tiene responsables designados, pero a veces no pueden manejar por ejemplo	No, hace falta más personal y apoyo para poder llegar a la excelencia y	Si, está identificado a los responsables,	Si tiene identificados a los responsables, pero ellos no hacen bien su	La mayoría de los entrevistados afirma que la empresa si tiene

<p>principales para la excelencia en el servicio</p>	<p>veces los derivan a terceros que estén “disponibles”.</p>	<p>cuando crean horarios de trabajo de los mozos y ponen a 1 en días donde hay más afluencia de gente y esto hace que hay un mal servicio una demora.</p>	<p>eficacia de este servicio.</p>		<p>trabajo lo que perjudica el trabajo de todos</p>	<p>identificado a los responsables en los procesos, pero estas personas en la mayoría de las veces no cumplen con el trabajo encomendado lo que perjudica brindar un servicio de</p>
--	--	---	-----------------------------------	--	---	--

						calidad en el restaurante.
La empresa tiene identificado la importancia de las buenas prácticas para la excelencia en el servicio	Si lo tiene identificado, pero no lo define en un manual.	Tiene identificado, pero no encuentra la forma de que funcione correctamente.	Si tiene una noción básica de lo que son las buenas prácticas entre los colaboradores, debería de haber especificaciones claras y un control riguroso para los que no	Si, está identificado y es importante su ejecución.	Si tiene noción, pero no están trabajando bien esta parte, ellos deberían mejorar	En esta pregunta los 05 entrevistados coincidieron en afirmar que la empresa esta identificada con las buenas prácticas, pero deben trabajar ese aspecto para brindar un

			tengan bien en claro este tema.			mejor servicio de calidad.
--	--	--	------------------------------------	--	--	-------------------------------

Fuente: Elaboración propia (2020).

## Tabla N° 2

Matriz de Triangulación del Guion de Entrevistas

Cliente Interno	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Conclusiones
-----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	--------------

<p>¿Considera que la empresa fomenta la colaboración entre los trabajadores?</p>	<p>Si, la fomenta, pero internamente algunos colaboradores no son capaces de trabajar conjuntamente.</p>	<p>No creo que su principal objetivo solo es generar dinero.</p>	<p>No, no hay incentivos que promuevan a la colaboración entre los trabajadores, lo contrario, tenemos limitaciones de no extendernos más allá de nuestro módulo de labor.</p>	<p>Si, la interacción es en cada área de trabajo</p>	<p>No fomentan el trabajo y la armonía entre nosotros</p>	<p>La mayoría de los entrevistados coincidió en que el restaurante debe mejorar sus canales para fomentar la colaboración entre los trabajadores ya que algunos manifiestan que tienen</p>
--	--	--	--	--	---	--

						limitaciones si se extienden en sus funciones, lo que perjudica el trabajo en equipo.
¿Considero que es un buen lugar para trabajar?	Si es un buen lugar, pero existen muchas fallas necesarias a corregirse. Por ejemplo, la mala información	Es un buen lugar para trabajar en el aspecto de la temática del lugar, pero con los conflictos internos entre trabajadores y	Pienso que no, hace falta la imparcialidad y sentido de equidad de los administrativos hacia los colaboradores e interés en el	Si, se puede aprender mucho, pero deben de mejorar sus procesos ya que el personal rota mucho y ese es un defecto que	Si mejoran el trato con su personal en toda la cadena puede ser un buen lugar para trabajar.	Los entrevistados coinciden que es buen lugar para trabajar, pero deben mejorar sus procesos de retención del

	brindada a los colaboradores, la falta de ética empresarial, la falta de procesos efectivos que simplifiquen y mejoren el trabajo entre otros.	los jefes, no, porque solo se preocupan por generar dinero y no el bienestar de los trabajadores	desarrollo personal y laboral del colaborador.	tiene el restaurante ya que siempre existen nuevos trabajadores		personal, ya que existen muchas renuncias, asimismo recomiendan mejorar el trato del jefe con sus trabajadores.
<b>Mejora continua</b>	<b>Entrevistado 1</b>	<b>Entrevistado 2</b>	<b>Entrevistado 3</b>	<b>Entrevistado 4</b>	<b>Entrevistado 5</b>	<b>Conclusiones</b>

<p>¡La empresa tiene claro la importancia de la mejora para alcanzar la competitividad y es conocida por todos los colaboradores!</p>	<p>Si, la tienen clara pero no siempre es tomado en cuenta.</p>	<p>Yo creo que intentan dar un mejor servicio, pero a veces son selectivos a la hora de brindar el servicio dependiendo del cliente y eso está mal.</p>	<p>Pienso que debería de haber mayor colaboración y comunicación entre la parte administrativa y operativa de la empresa, para poder llegar a establecer la empresa de forma competitiva.</p>	<p>Si, este concepto es claro para todos estamos en una constante búsqueda de mejora y competitividad.</p>	<p>Creo que están trabajando un concepto, pero a mi parecer deberían compartirlo con nosotros para conocerlo</p>	<p>Los entrevistados coinciden en que el restaurante como empresa tienen claro la importancia de la competitividad, pero no están realizando las acciones correctas para</p>
---	---	---	---	--	--	--

						lograr este aspecto, consideran que deben mejorar ese aspecto.
Se cuenta con un procedimiento para implementar mejoras o iniciativas de los colaboradores a fin de mejorar el	No hay un procedimiento específico, pero algunas veces nos capacitaban a fin de mejorar el servicio.	Si, se cuenta con un procedimiento, pero a veces no son claras que generan confusión entre los colaboradores.	No, ya los responsables del área no representan un incentivo para mejorar, siendo nosotros mismos y así poder aportar nuestras ideas	Está en un proceso un manual detallado, y cada área esta implementada con cuadernos donde se anota, acontecimientos,	No cuentan con ese mecanismo yo creo que debería implementarse para el bien de la empresa y nosotros los trabajadores	Los entrevistados mencionaron que no cuentan con un procedimiento pero que están trabajando un manual detallado de

servicio en la empresa			claras y de valor para la empresa.	incidencias y aportaciones.		cada área, es importante que se mejore este aspecto.
---------------------------	--	--	--	--------------------------------	--	---

Fuente: Elaboración propia (2020).

**Tabla N° 3**

Matriz de triangulación del guion de entrevistas

Cultura profesional	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3	Entrevistado 4	Entrevistado 5	Conclusiones
Los colaboradores son capacitados en nuevas técnicas para mejorar el servicio	Si, pero no continuamente.	Hay capacitaciones, pero no los ponen en práctica o no les dan suficiente importancia.	Pienso que este punto es parte esencial para el desarrollo exitoso de una empresa y no debería ser de forma eventual, como viene siendo actualmente,	Si se planifica cada cierto tiempo, capacitaciones por área y participan cada uno de ellos.	Si tienen, pero debería mejorar ya que no se aprende mucho y no le ponen ganas al enseñarnos	Los entrevistados coincidieron que se realizan capacitaciones pero que deben mejorar en su estructura y temas para garantizar un bien

			sino de forma constante y reiterada.			aprendizaje y que este se pueda replica y en especial mejorar el servicio al cliente a partir de las clases impartidas.
El ambiente de trabajo permite el desarrollo de las funciones del colaborador	Si, al estar en contacto con clientes de todo tipo, aprendemos como lidiar con	El ambiente de trabajo no porque "te hacen ideas de que eres el mejor" y pues te	No, ya que las opiniones de los colaboradores no son tomadas en cuenta. No	Si, es una empresa nueva y está desarrollándose y permite que el colaborador se	Creo que no nos toman en cuenta ya que no escuchan las ideas de los trabajadores en	Los entrevistados manifiestan que trabajar en el restaurante no permite un

y mejorar sus competencias.	ellos. Además, nos hace más ágiles en la realización de las labores	terminan despidiendo.	se siente un apoyo para la mejora constante del trabajador por parte de los responsables sino únicamente quejas.	retroalimente y mejore.	realidad no nos toman en cuenta	desarrollo personal y profesional en su campo, ya que se quejan y no son considerados cuando tienen una idea para mejorar los procesos en la empresa.
-----------------------------	---	-----------------------	--	-------------------------	---------------------------------	---

Fuente: Elaboración propia (2020).



## **CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN**

La presente investigación ha permitido establecer la importancia que tienen las buenas prácticas en el servicio de calidad en el Restaurante Arándanos del distrito de Miraflores, por consiguiente, es primordial destacar la definición de calidad brindada por la Organización Mundial del Turismo OMT, refiere que es la suma de las fases que incluye la satisfacción de las necesidades que tienen los clientes en especial al recibir productos y servicios, el respetar la cadena del servicio desde el inicio hasta la conclusión que es la entrega del mismo, sin olvidar la sostenibilidad ambiental en todo sus procesos (tal como se citó en el Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR).

De igual forma, es importante mencionar además que uno de los objetivos para el sector turismo en el país según el Programa de Mejora de Sistemas de Gestión de Empresas de Servicios Turísticos define que potenciar la excelencia en la calidad de los servicios para lograr obtener mayores clientes satisfechos lo que redundara en la lealtad de estos.

Por consiguiente, la presente investigación reafirma la postura del investigador al reconocer la importancia de un sistema de aplicación de las buenas prácticas como herramienta para lograr la excelencia en el servicio por ello el Plan Nacional de Calidad Turística – CALTUR menciona que la aplicación de las buenas prácticas es impulsar una mejora en la calidad de los servicios a través de una acertada práctica de la gestión preparada para cada uno de los diversos servicios turísticos que se brindan.

Basados en estos aspectos de buenas prácticas y servicio, esta investigación busco conocer la precepción de los trabajadores del Restaurante Arándanos del distrito de Miraflores a través de un guion de entrevista, por ello se puede deducir el papel fundamental de las buenas prácticas para brindar un servicio de calidad, a partir de las entrevistas se pudo deducir que en el restaurante antes mencionado se pudo observar que de los cinco entrevistados uno destaco manifestando que el restaurante funcionaba de manera excepcional pero los cuatro entrevistados restantes coincidieron en sus respuestas manifestando que la empresa debe dar mayor importancia a la excelencia en el servicio pero manifiestan que hay muchos puntos por mejorar.

Asimismo, los entrevistados manifestaron que el restaurante como empresa no está identificado con sus clientes, pero cuenta con procesos establecidos que no se cumplen lo que es desfavorable ya que hay clientes que se van insatisfechos, de igual manera la empresa ha identificado la importancia de las buenas practicas pero no trabajan ese aspecto ya que no hay un control

para verificar su cumplimiento así como una debilidad es no fomentar la colaboración entre los trabajadores, es por ello que sus colaboradores piensan que es un buen lugar para trabajar pero deben mejorar sus procesos y fomentar el trabajo en equipo.

Los entrevistados piensan que para lograr la competitividad deben contar con un plan de acción, así como mejorar sus estrategias para lograr la retención del colaborador ya que manifestaron no estar contentos con el ambiente de trabajo.

Es importante resaltar que en el desarrollo de las entrevistas se ha determinado la importancia de las buenas prácticas en el servicio que se presta en el Restaurante Arándanos del distrito de Miraflores, finalmente esta investigación pretende contribuir a la mejora de las buenas prácticas lo que permitirá lograr la excelencia en el servicio y la satisfacción del cliente.

## **CAPÍTULO V: PROPUESTA**

La presente investigación permitió dar a conocer la importancia de las buenas prácticas para lograr la excelencia en el servicio en restauración por ello, se ha trabajado una propuesta de una “Cartilla de Buenas Prácticas y Servicio”, que servirán de manera útil y práctica para todos los que laboran en restauración y quieren mejorar cada día.

## **CARTILLA DE BUENAS PRÁCTICAS Y SERVICIO**

### **La importancia de las buenas prácticas aplicadas a la actividad turística**

El adoptar las buenas prácticas (BP), permite orientar y encaminar a las empresas turísticas hacia el logro de un turismo responsable y compatible con el desarrollo al orientarse a la implementación de medidas de corrección o mejoramiento de la gestión u operación del servicio en forma continuada.

El objetivo es lograr y comprometerse con la prestación del servicio con el menor impacto negativo posible, buscando siempre la excelencia en la calidad del servicio, de igual forma obtener de una forma eficiente el manejo empresarial (y, por ende, el desempeño socioeconómico).

Asimismo, es fundamental conocer la importancia de los procesos, por ello enfocar al restaurante a procesos teniendo en cuenta que los procesos son secuencias repetitivas de actividades que llevamos a cabo con el objeto de hacer llegar la oferta y servicio al cliente, todo ello mediante la optimización de recursos tales como: las materias primas, los tiempos de trabajo, el personal, el equipamiento, tareas de cocción, tareas de mantenimiento, higiene, servicio entre otros.

El enfocar el restaurante a procesos que permitan:

- Organizar de forma más eficaz el trabajo.
- Enfocar el desarrollo del negocio hacia la utilización exitosa de un sistema de gestión integral que contemple la excelencia de todas las variables.

- Controlar todas y cada una de las tareas que se realizan diariamente en el restaurante, y por lo tanto optimizar la cantidad de recursos para conseguir producir un producto excelente con el coste más ajustado posible.
- Centrar la atención en “los resultados del restaurante” (ya que los procesos aplicados deben estar direccionados a la obtención de mejores resultados).

En síntesis, con la adopción de buenas prácticas y el servicio en la restauración se puede lograr principalmente:

CONSERVAR, al examinar el consumo de recursos se pueden realizar acciones para la mejora de las fases de los productos que se ofrecen.

MODERNIZAR EL CONCEPTO DE LAS COMPAÑIAS, debido a las acciones que pueden realizar entorno a los aspectos socioculturales y medioambientales  
 INGRESAR A NUEVAS PLAZAS A PARTIR DEL MARKETING, lo que dará la especialización y el conocimiento de los consumidores.

CRECER PARA SER COMPETITIVOS, diseñando estrategias que diferencien las empresas turísticas a partir de los tres pilares de la sostenibilidad.

CONSERVAR EL MEDIOAMBIENTE, lograr el equilibrio y la vida en para lograr mantener la sostenibilidad.

ACRECENTAR Y FORTALECER, el trabajo en equipo con los destinos turísticos.

Tabla N°1

Ejemplos de buenas prácticas para un turismo sostenible

Aspecto	Agencias de viaje	Hoteles y restaurantes	Turistas
Información al turista	Promueven conductas respetuosas con la naturaleza	Orientan sobre medidas de transporte público y actividades complementarias	Se informan de los valores y problemas locales
Paisajes y valores naturales	Los guías conocen los problemas ambientales locales	Hacen estudios de impacto ambiental y anteponen la restauración del patrimonio en las nuevas construcciones	Eligen ofertas que no causen impactos ambientales y no demandan la infraestructura impactante
Flora y fauna	No ofrecen destinos con valores naturales amenaza o sensibles	Adecuan edificaciones y jardines para favorecer la fauna silvestre	Respetan animales y plantas (no los compran como recuerdo)
Identidad cultural	Los guías conocen la cultura del poblado anfitrión	Ofrecen un confort adecuado al nivel de vida y gastronomía local	Contactan a la población y compran artesanía tradicional
Agua	No ofrecen destinos con escasez de agua	Instalan mecanismo de ahorro y sensibilizan a los clientes	Ahorran agua y no practican actividades que la despielfarran
Eliminación de desechos	Utilizan papel reciclado en sus folletos	Reducen el uso de envases no reciclados	Evitan envases no reciclables y sólo arrojan basura en papeleras

Tomado de Agenda para planificadores locales turismo sostenible y gestión municipal (OMT).  
Elaboración propia (2020).

**LISTA DE VERIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS Y SERVICIO**

Con la finalidad de no sólo contar con las medidas o consejos útiles y operativos propuestos en esta cartilla, sino también hacer de estas una herramienta concreta para comenzar a implementar las buenas prácticas turísticos en la zona, a continuación, se plantea a manera de lista de chequeo, una guía de preguntas claves que permitirán saber o verificar antes, durante y después que tanto estanos levando las buenas prácticas y el servicio en la empresa turística.

**Tabla N°2**

<b>N°</b>	<b>Pregunta</b>	<b>S i</b>	<b>A v</b>	<b>N o</b>
1	Cuento con un plan de trabajo anual que orienta mis objetivos, establece mis metas y resultados en forma planificada y organizada			
2	Cuento con una estructura de costos para todos mis servicios que me permite manejar mis márgenes de ganancia y precios competitivos			
3	Estoy realmente preparado/a para operar las actividades turísticas que señalo en mi oferta o publicidad de la zona			
4	Soy consciente de mis capacidades – habilidades - técnicas y mis limitaciones o temores			
5	Me capacito periódicamente (por lo menos 1 vez al año)			
6	Soy gentil, tolerante y respetuoso/a con los/as comensales			

7	Soy gentil, respetuoso, colaborador con mis compañeros de trabajo y colegas en general			
8	Llevo un registro de mis clientes			
9	Cuento con un perfil del comensal que visita mi establecimiento			
10	Cuento con niveles de satisfacción del cliente			
11	Tengo un registro y manejo de quejas			
12	Cuento, conozco y manejo información del cuidado del medioambiente, normativa y de seguridad sobre los procesos en el restaurante			
13	Cuento, conozco, manejo y estoy capacitado para aplicar las técnicas de servicio en los procedimientos de la atención al cliente, contando con manuales de operaciones.			
14	Reconozco la importancia de conocer los procesos para obtener las mejores reservas pedidas por los comensales, conozco el procedimiento para lograr una confirmación acertada de la reserva con todos sus datos para lograr que su solicitud de pedido sea atendida a la perfección.			
15	Conozco y reservo a tiempo la comanda, asimismo conozco a cabalidad la carta del restaurante, brindando todas las explicaciones de los menús presentados en la misma de igual forma conozco la cata de vinos del establecimiento, asimismo si no se encontrará en la carta podré ofrecer alternativas.			

16	Domino como mínimo el idioma inglés técnico de restaurantes a nivel intermedio.			
17	Conozco, manejo y estoy capacitado para aplicar los productos de higiene y desinfección en los procedimientos de higienización de las áreas de trabajo.			
18	Conozco, manejo y estoy capacitado para aplicar los productos de higiene y desinfección entre empleados, clientes y proveedores.			
19	Conozco, manejo y estoy capacitado para aplicar los procedimientos para el control de emergencias.			
20	Estoy capacitado para recibir y documentar las explicaciones y recomendaciones de los comensales acerca de lo presentado en la comida (preparación, sabor y presentación) y explicarle la preparación de los platos.			

Elaboración propia 2020

**Marcar con una (X) una sola respuesta. Cada respuesta afirmativa (Sí) vale 2 puntos, A veces (Av.) 1 punto, cada negativa (No) 0 puntos**

**RESULTADOS:**

**Óptimo:** De 40 a 30 puntos (permite conocer que el entendimiento y manejo de las buenas prácticas son excelentes). No sólo hay que seguir adelante, sino incorporar otras nuevas buenas prácticas turísticas para elevar los niveles o estándares de calidad y excelencia de la operación turística

**Bueno:** De 29 a 19 puntos (permite conocer que el entendimiento y manejo de las buenas prácticas requieren ser consolidado).

**Regular:** de 18 a 11 puntos (permite conocer que el entendimiento y manejo de las buenas prácticas requiere ser mejorado y sobre trabajado con más empeño).

**Malo:** De 10 a menos puntos (mucho desconocimiento de lo que son buenas prácticas, profundizar en el tema y sobre todo aplicar con conocimiento y empeño cada recomendación y consejo útil).

## **CONCLUSIONES**

Después de elaborar el presente trabajo de investigación se puede afirmar que se lograron objetivos analizándose la importancia de las buenas Prácticas y Servicio en el Restaurante Arándanos del distrito de Miraflores.

A partir de la investigación realizada se puede determinar que existe una falencia en la cadena de los procesos del Restaurante Arándanos ya que el cliente interno no logra la satisfacción en su centro de labores, en cuanto a la aplicación de las buenas prácticas la empresa tiene concommitamiento de su importancia, pero no la aplican y por ello no logran la excelencia en el servicio.

De igual forma a partir de la investigación realizada es importante la realización de una Cartilla de Buenas Prácticas y Servicio lo que podrá lograr la satisfacción del cliente interno en el Restaurante Arándanos del distrito de Miraflores.

## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda después de elaborar el presente trabajo de investigación se puede afirmar que se lograron objetivos analizándose la importancia de las buenas prácticas y el servicio en el Restaurante Arándanos del distrito de Miraflores.

Es importante identificar la cadena de los procesos del Restaurante Arándanos, para lograr la satisfacción en su centro de labores, asimismo la empresa debe dar mayor importancia a la aplicación de las buenas prácticas para lograr la excelencia en el servicio.

Finalmente, se recomienda la realización de una Cartilla de Buenas Prácticas y Servicio permitirá el logro de la satisfacción del cliente interno en el Restaurante Arándanos del distrito de Miraflores.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal (1999) Organización Mundial del Turismo – OMT, Madrid España – SBN: 978-92-844-0313-4

Recuperado <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403134>

Aldana de Vega, L., et al (2011). Administración por calidad. Universidad de La Sabana. <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/102014?page=68>

Cadena – Badilla, Jesús Martín et al (2016) Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, V (17),41 -60. Fecha de consulta: 24 de febrero 2019 ISSN: 1856-8327 Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2150/215049679004>

Carrasco Díaz S. (2013). Metodología de la Investigación científica (6ta edición) Lima – Perú, Editorial San Marcos E.I.R.L.

Castellanos, J. C. (2012). Marketing de servicios. S. I, Argentina: B-UMED Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/34494?page=7>. <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/34494?page=7>

Méndez, A. (2018). Nutrición. Ministerio de Educación de España, Recuperado <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/49456?page=11>

Guía Metodológica del Facilitador de Empresas de Servicios Turísticos (2011). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR

Guía de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica Recuperado 27 de marzo: [https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/pf/gbp\\_latinoamerica.pdf](https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/pf/gbp_latinoamerica.pdf)

Hernández - Sampieri & Mendoza C. (2019). Metodología de la Investigación México – Mac Graw Hill Interamericana Editores.

Janampa, E. (2019) Diseño de un Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria, que asegure la Calidad en los Procesos de Elaboración de Alimentos del Restaurante La Caribeña – Callao (Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres. Lima.

Recuperado de: <http://repositorio.usmp-edu.pe/handle/usmp/5159>

López N. (2003) Marketing de Restauración, Editorial Síntesis España

López, L. S. M., Castillo, S. E. M., & Rodríguez, M. B. (2016). Tendencias gastronómicas. *Recuperado el. Recuperado a partir de [http://web.uaemex.mx/Culinaria/ocho\\_ne/PDF%20finales](http://web.uaemex.mx/Culinaria/ocho_ne/PDF%20finales), 208.*

Carrasco Díaz S. (2013). Metodología de la Investigación científica (6ta edición) Lima – Perú, Editorial San Marcos E.I.R.L.

López, L. S. M., Castillo, S. E. M., & Rodríguez, M. B. (2016). Tendencias gastronómicas. *Recuperado el. Recuperado a partir de [http://web.uaemex.mx/Culinaria/ocho\\_ne/PDF%20finales](http://web.uaemex.mx/Culinaria/ocho_ne/PDF%20finales), 208*

Plaza, S. P. R. (2010). *Restauración en servicios hospitalarios*. Editorial Vértice.

Recuperado [https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=el++comensal+en+la+restauraci%C3%B3n&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=el++comensal+en+la+restauraci%C3%B3n&btnG=)

Lovelock C. & Wirtz J. (2015). Marketing de Servicios: personal, tecnología y estrategia (7ma edición). México Editorial Pearson

Manual de Buenas Prácticas, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR - Recuperado 01 de marzo 2020 [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/MBP\\_GESTION\\_SERVICIO\\_ATENCION\\_RESTAURANTES.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/MBP_GESTION_SERVICIO_ATENCION_RESTAURANTES.pdf)

Manual de Buenas Prácticas para la atención de clientes, dirigido a Gerentes, Administradores y Mandos Medios, Plan nacional de Calidad Turística – CALTUR , 2013 - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo , Lima, Perú.

Manual de Atención al cliente, Ecuador 2013, Centro Ecuatoriano para la Promoción y acción a la mujer. Recuperado 30 de marzo: <https://www.fad.es/wp-content/uploads/2019/05/Manual-de-atenci%C3%B3n-al-Cliente.pdf>

Maseda, P. (2009). *Gestión de la calidad*. Marcombo. Recuperado 20 de febrero 2020: <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/45847?page=1>

MINCETUR (2016), Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR Turismo con futuro - 2025.

Recuperado: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR\\_Final\\_JULIO2016.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf)

MINCETUR (2017), Plan Nacional de Calidad Turística 2017 – 2025

Recuperado

[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/RM\\_465\\_2017.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/RM_465_2017.pdf)

Mori, A. (2019) La Manipulación de Alimentos y las Mejores Técnicas en la Cebichería Tres Estilos Ica – 2019(Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres. Lima.

Recuperado de: <http://repositorio.usmp-edu.pe/handle.usmp/5833>

Monroy M. & Urcádiz F. (2019) Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación administrativa*, 48 (123). Recuperado 24 de febrero 2020: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782019000100006&1ng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006&1ng=es&tlng=es).

Oliva, E. & Palacios D., (2017) “Evaluación de la calidad de servicio percibida en los establecimientos hoteleros de Quibdó, Colombia. *Criterio Libre*, 15 (26), Bogotá 195 – 213. Fecha de consulta: 24 de febrero, Disponible en: <http://search.proquest.com/docview/2125262102?accuntid=14747>

Programa de Mejora de Sistemas de gestión de Empresas de Servicios Turísticos - MGE – Guía para el participante, Recuperado de: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/GUIA\\_PARTICIPANTE.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/GUIA_PARTICIPANTE.pdf)

Vara, A (2010). ¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales? Versión pdf]. Recuperado [https://masteradmon.files.wordpress.com/2013/04/manual-\\_aristides-vara.pdf](https://masteradmon.files.wordpress.com/2013/04/manual-_aristides-vara.pdf). 15 de febrero del 2020

Vargas Quiñones, M. E. (2007). Calidad en el servicio. Universidad de La Sabana. <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/69024?page=56> Calidad en el servicio. Universidad de La Sabana. <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecafmh/69024?page=56>

Zeithaml, V. et al (2007). Calidad total en la gestión de servicios.  
Ediciones Díaz de Santos.  
<https://elibro.net/es/ereader/biblioteca/mh/52858?page=10>

Página Web:

[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs\\_documentos\\_Caltur/GUIA\\_PARTI\\_CIPANTE.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/GUIA_PARTI_CIPANTE.pdf)

## ANEXO 1

### MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: LA IMPORTANCIA DE LAS BUENAS EN EL SERVICIO DEL RESTAURANTE ARÁNDANOS 2020

	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA
GENERAL	¿Cuál es la importancia de las buenas prácticas y el servicio que se presta en el restaurante Arándanos de Miraflores 2020?	Analizar la importancia de las buenas prácticas y el servicio que se brindan en el restaurante Arándanos de Miraflores 2020.	Buenas Prácticas  Servicio	Es de paradigma Cualitativo  Diseño Fenomenológico  El Diseño muestral fueron 05 entrevistas realizada a los clientes internos del Restaurante Arándanos del distrito de Miraflores.  Se utilizó la técnica del guion de entrevistas.
	¿De qué manera la ausencia de Buenas Prácticas en el no permite la satisfacción del cliente interno en el restaurante Arándanos de Miraflores 2020?	Determinar la importancia de las Buenas Prácticas en el para lograr la satisfacción del cliente interno en el restaurante Arándanos de Miraflores 2020		
	¿De qué manera las buenas prácticas influyen en el servicio del colaborador en la atención al comensal en el Restaurante Arándanos de Miraflores 2020?	Determinar cómo las buenas prácticas influyen en el colaborador para lograr la excelencia en el servicio al comensal del restaurante Arándanos de Miraflores 2020		
ESPECÍFICOS	¿De qué manera una propuesta de cartilla de buenas prácticas y servicio puede impulsar la satisfacción del cliente interno del restaurante Arándanos de Miraflores 2020?	Proponer una cartilla de buenas prácticas y servicio, para impulsar la satisfacción del cliente interno del restaurante Arándanos 2020.		

Fuente: Elaboración Propia (2020)

## **ANEXO 2**

### **VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTO POR JUCIO DE EXPERTOS**

#### **INFORMACIÓN QUE SE PRESENTA AL EXPERTO:**

- 1.** Solicitud.
- 2.** Informe de validación del instrumento.
- 3.** Matriz de consistencia.



SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.

Yo, Jorge Humberto Jhong Huamán, egresado del Programa de Posgrado en Ciencias Gastronómicas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo a usted respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan continuar con mi trabajo de investigación para la tesis titulada “La importancia de las Buenas Prácticas en el servicio del Restaurante Arándanos, 2020”.

Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de validación del instrumento.
2. Matriz de consistencia.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 02 de marzo de 2020

---

Jorge Humberto Jhong Huamán

DNI: 06710800

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador :  
.....
- 1.2. Grado Académico :  
.....
- 1.3. Institución donde labora :  
.....
- 1.4. Especialidad del validador :  
.....
- 1.5. Título de la investigación : “La importancia de las Buenas Prácticas en el servicio del Restaurante Arándanos, 2020”.
- 1.6. Autor del instrumento : Jorge Humberto Jhong Huamán

## II. INSTRUMENTO

### 2.1. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO: Buenas prácticas

Ítems	Escala	0-25 No pertenece	26-50 Probablemente no pertenece	51-75 Probablemente si pertenece	76-100 Si pertenece	Observaciones
<b>Procesos en la preparación de insumos</b>						
¿Le empresa tiene definido la cadena de procesos desde el inicio hasta la entrega del producto?						
La empresa tiene identificado a los responsables en los procesos principales para la excelencia en el servicio						
La empresa tiene identificado la importancia de las buenas prácticas para la excelencia en el servicio						
<b>Mejora continua</b>						
La empresa tiene claro la importancia de la mejora para alcanzar la competitividad y es conocida por todos los colaboradores						
Se cuenta con un procedimiento para implementar mejorar o iniciativas de los colaboradores a fin de mejorar el servicio en la empresa						

<b>Cultura profesional</b>					
Los colaboradores son capacitados en nuevas técnicas para mejorar el servicio					
El ambiente de trabajo permite el desarrollo de las funciones del colaborador y mejorar sus competencias					

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%**

## 2.2. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO 2: Servicio

Ítems	Escala					Observaciones
		0-25 No perten ece	26-50 Probable mente no pertenece	51-75 Probable mente si pertenece	76-100 Si perten ece	
<b>Empatía</b>						
¿Considero que la empresa conoce la importancia de la excelencia en el servicio al cliente?						
¿Considero que todos en la empresa están identificados con las expectativas del cliente?						
<b>Cliente interno</b>						
¿Considera que la empresa fomenta la colaboración entre los trabajadores?						
¿Considero que es un buen lugar para trabajar?						

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....%**

( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 02 de marzo de 2020

\_\_\_\_\_  
Firma del Experto Informante

DNI. N°: .....

## 2.3 ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

Indicadores	Criterios	Regular 41-60%	Buena 61-80%	Muy buena 81-100%
Claridad	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.			
Objetividad	Está expresado en conductas observables.			
Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.			
Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.			
Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.			
Consistencia	Basado en aspectos teórico-científicos.			
Coherencia	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.			
Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.			
Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.			

**PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

- ( ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- ( ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 02 de marzo de 2020

---

Firma del experto informante



## ANEXO 3

### FOTOS DE LA INVESTIGACIÓN











