



CARRERA DE TURISMO

TEMA:

ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA: MANUAL DE PROCESOS DE CALIDAD PARA LAS PRÁCTICAS EN SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

AUTOR:

MICHELLE CAROLINA RUIZ CEDILLO

TRABAJO PRESENTADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE TECNÓLOGO SUPERIOR EN TURISMO

TUTOR:

MGS. SANTIAGO PULLA

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a su **AUTOR**, incluido sus derechos patrimoniales. El **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** tiene licencia gratuita e intransferible sobre esta obra para uso no comercial, de necesitar uso comercial requiere autorización de su titular.

CARRERA DE TURISMO
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR
Aprobación del Trabajo de Titulación

Doy fe que el trabajo desarrollado por las estudiantes **Ruiz Cedillo Michelle Carolina**, con el título “**Tecnólogo Superior en Turismo**”, cumplen con los requisitos y méritos suficientes para ser sometidas a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente.



Firmado electrónicamente por:
SANTIAGO
PATRICIO PULLA
PESANTEZ

Mgs. Santiago Pulla

C.I: 0103870598

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, **RUIZ CEDILLO MICHELLE CAROLINA**, estudiante del **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en **Turismo**, declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **“ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA: MANUAL DE PROCESOS DE CALIDAD PARA LAS PRÁCTICAS EN SERVICIO Y ATENCION AL CLIENTE”** así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,



Ruiz Cedillo Michelle Carolina

Cédula: 0106661457

RESUMEN

El proyecto está enfocado en la creación de un manual de buenas prácticas y servicio al cliente para garantizar una excelente experiencia en los visitantes a la cafetería de la que se parte este estudio; es por ello que, una correcta estandarización de procesos en los cuales prime la calidad de servicio, logra la fidelización oportuna de los clientes a través de la incorporación del presente manual en las capacitaciones habituales hacia los empleados del establecimiento. Para seguir los procesos acordes a la realización del mismo, principalmente la prestación de servicios que se dan en las cafeterías en la ciudad de Cuenca, donde se ejecuta este estudio, analizando los servicios que se brindan, las falencias y potencialidades de los mismos y finalmente determinar la manera acorde de ofertar un servicio para que sobrepase las expectativas de los visitantes a este negocio.

Adicional a este estudio, se consideran otros procesos de operación estandarizados que son manejados en otras empresas de similares características para ejecutarlo de la mejor manera en la que estamos enfocando como es el caso de la cafetería Cream Coffee.

Palabras claves: Alimentos y bebidas, cafetería, turismo, servicio, calidad, estándar.

ABSTRACT

This project is focused on the creation of a manual of good practices and customer service to ensure an excellent experience in visitors to the coffee shop, from which this study is based; therefore, a correct standardization of processes in which quality of service is paramount, achieves the timely fidelity of customers through the incorporation of this manual in the usual training for employees of the establishment. In order to consider the processes for its realization, the main consideration is the provision of services that occur in the coffee shops in the city of Cuenca, where this study is carried out, analyzing the services provided, the shortcomings and potentialities of them and finally determine the appropriate way to offer a service to exceed the expectations of visitors to this business.

In addition to this study, we consider other standardized operating processes that are managed in other companies of similar characteristics to run it in the best way we are focusing as is the case of the Cream Coffee Shop.

Keywords: Food and beverage, coffee shop, tourism, service, quality, standard.

DEDICATORIA

En primera instancia, dedico este proyecto a mis padres, quienes me ha apoyado para poder culminar esta gran etapa de mi vida y quienes han sido mi ejemplo a seguir, enseñándome a jamás darme por vencida ante las duras circunstancias que nos toque vivir, sino más bien a afrontar cada adversidad y luchar por mis sueños, con ideales y principios firmes haciendo lo que amo.

Agradezco a mi tutor, el Ing. Santiago Pulla que además de ser mi instructor y docente, ha llegado a ganarse mi respeto y admiración por el apoyo que desinteresadamente supo otorgarme para seguir en este escalón constante de aprendizaje; también dedico este trabajo a mis profesores, la Mgst. Cristina Villavicencio y el Lcdo. Esteban Osorio que hoy ya no se encuentran en el Instituto, pero sin duda fueron un pilar fundamental para mi formación desde el primer día.

A todos Ustedes, mi admiración, respeto y mis más sinceros agradecimientos

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Tecnológico Particular Sudamericano por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente dentro sus aulas, agradezco a mis padres por brindarme su apoyo durante toda mi formación educativa y personal, agradezco también a mi tutor, el Ing. Santiago Pulla, quien ha sido un apoyo constante para la creación de este proyecto, por su comprensión y paciencia durante todo el período de titulación para lograr que este trabajo sea el acertado.

ÍNDICE

Objetivo General	12
Objetivos Especificos.....	12
Preguntas de investigación	13
1.- ¿En qué beneficiaría tener un manual de procesos de calidad para las prácticas en servicio y atención al cliente?	13
2.- ¿Se puede considerar que la utilización de este manual sirva de base para que establecimientos de la misma clasificación, lo tomen como ejemplo y lo pongan en práctica?.....	13
3.- ¿El análisis PEST a realizar en la investigación, brindaría un panorama más claro y definitivo para identificar el mercado como parte fundamental del proyecto?	13
4.- ¿Qué tan importante es el análisis FODA en este proyecto?.....	14
5.- ¿Tras la implementación de este manual en la empresa, considera que es necesario dar un seguimiento a los colaboradores para medir su efectividad en las responsabilidades a ellos delegadas?.....	14
Justificación.....	15
CAPÍTULO I: PROBLEMÁTICA	17
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	19
Marco Teórico	19
Marco Contextual	23
Marco Conceptual	26
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	29
METODOLOGÍA	29
Instrumentos de Investigación.....	32
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	36
CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN	39
Encuesta de satisfacción realizado a clientes de la cafetería Cream Coffee post servicio.51	
TABULACIÓN DE DATOS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	52
Tabla1. Tabla #1: Tabulación de datos de la primera pregunta. Fuente: elaboración propia	52
Tabla2. Tabla #2: Tabulación de datos de la segunda pregunta. Fuente: elaboración propia	53

Tabla3.	Tabla #3: Tabulación de datos de la tercera pregunta. Fuente: elaboración propia	54
Tabla4.	Tabla #4: Tabulación de datos de la cuarta pregunta. Fuente: elaboración propia	55
Tabla5.	Tabla #5: Tabulación de datos de la quinta pregunta. Fuente: elaboración propia	56
Tabla6.	Tabla #6: Tabulación de datos de la sexta pregunta. Fuente: elaboración propia	57
Tabla7.	Tabla #7: Tabulación de datos de la séptima pregunta. Fuente: elaboración propia	58
Tabla8.	Tabla #8: Tabulación de datos de la octava pregunta. Fuente: elaboración propia	59
Tabla9.	Tabla #9: Tabulación de datos de la novena pregunta. Fuente: elaboración propia	60
Tabla10.	Tabla #10: Tabulación de datos de la décima pregunta. Fuente: elaboración propia	61
	ELABORACIÓN DEL MANUAL DE PROCESOS DE CALIDAD DE LA CAFETERÍA.....	68
	ACTIVIDADES DE MESEROS	70
	ACTIVIDAD DE CAJEROS	73
	ACTIVIDAD DE LÍDER DE SERVICIO.....	75
	CONCLUSIONES	82
	RECOMENDACIONES	84
	ANEXOS	85
	BIBLIOGRAFÍA – WEBGRAFÍA.....	85

INTRODUCCIÓN

El trabajo es un proyecto de investigación realizado a lo largo de seis meses para la aplicación de un manual de buenas prácticas en servicio al cliente destinado a su utilización en la cafetería Cream Coffee de la ciudad de Cuenca, tomado en cuenta la importancia de aplicar procedimientos estandarizados en cada área de este establecimiento como parte de la oferta de servicios es así que, partiendo de la necesidad de aplicar un manual que sea de conocimiento de todo el personal administrativo y operativo de la cafetería, se busca maximizar la calidad en el servicio otorgado al cliente desde el momento en el que llega al local, pasando por el servicio, la calidad de alimentos brindada, la despedida junto con una fidelización acertada potencie la satisfacción del mismo y a su vez el desarrollo económico del local junto con otros factores determinados en el crecimiento empresarial como la estabilidad de los colaboradores y un buen ambiente laboral.

En el panorama actual de las empresas se puede evidenciar la necesidad de estar a la vanguardia no sólo en las tendencias organizacionales de planeación estratégica sino en la implementación de herramientas que permitan ofrecer el buen servicio al cliente, entendiéndose este como factor esencial de todo tipo de negocio; así como es fundamental que las compañías con cara al público se interesen en promover un servicio y una atención asertiva, en un mundo tan globalizado, competitivo que simplemente obliga a mantenerse actualizado y realizar mediciones efectivas que permitan a las organizaciones conocer su situación y tomar decisiones al respecto.

El manual de operación aplicado en restaurantes es una herramienta indispensable para el desarrollo de las operaciones diarias de, se lo considera una guía para el personal que labora en la empresa además que revela los conceptos básicos de cocina, higiene y sanidad, así como manejo y almacenamiento adecuado de diversos alimentos y finalmente aquellas actividades adecuadas para cada puesto de trabajo. (Bermeo. et Caldas C. 2014)

El manual consta de cada una de las actividades detalladas por proceso que deben ser cumplidas por el personal operativo para ejecutar un trabajo estandarizado en el servicio; por lo tanto, estas actividades serán determinantes en la satisfacción del cliente desde el momento de su recibimiento hasta la despedida; así mismo, se detalla la forma acertada de contestar llamadas, un efectivo servicio de alimentos, protocolo de asesoría y más factores como preparación para que cada empleado que ingrese a este establecimiento, tenga una base estructurada de cómo realizar sus labores logrando eficiencia en el servicio.

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Crear un manual de procesos de calidad para las prácticas en servicio y atención al cliente, caso Cream Coffee

Objetivos Específicos

Levantar información de los procesos que maneja la cafetería mediante la metodología PEST.

Clasificar la información obtenida del establecimiento Cream Coffee.

Elaborar el manual de procesos de calidad de la cafetería.

Preguntas de investigación

1.- ¿En qué beneficiaría tener un manual de procesos de calidad para las prácticas en servicio y atención al cliente?

Desde el punto de vista del cliente, el beneficio es grande ya que podrá recibir un servicio de calidad y estandarizado en el establecimiento; con ello la fidelización se mantiene generando un incremento en la economía del negocio que, desde este punto de vista, logrará un desarrollo productivo de su actividad manteniendo así la calidad en todos sus procesos y con ello la disminución en la rotación de personal, debido a que los colaboradores tendrían claro el proceso a seguir en determinada área y situación.

2.- ¿Se puede considerar que la utilización de este manual sirva de base para que establecimientos de la misma clasificación, lo tomen como ejemplo y lo pongan en práctica?

Si se toma en consideración la reactivación de la economía y el turismo, este es un buen motivo para que los establecimientos que brindan servicio al cliente puedan incorporar en su trabajo la utilización de un manual de acuerdo a los departamentos y actividad que cada empresa lidera; con ello se puede calificar como un logro que los clientes puedan encontrar en cualquier tipo de negocio una atención personalizada y de calidad

3.- ¿El análisis PEST a realizar en la investigación, brindaría un panorama más claro y definitivo para identificar el mercado como parte fundamental del proyecto?

El análisis PEST en definitiva es una herramienta que permite el avance en este proyecto, identificando factores externos a tomar en cuenta como efecto influyente en una empresa y que marquen significativamente el desarrollo de la misma a través de las condiciones políticas, económicas, sociales y tecnológicas que puedan intervenir en la toma de decisiones de una empresa o negocio; por lo tanto, este tipo de análisis se vuelve fundamental en el desarrollo de un proyecto de este tipo

4.- ¿Qué tan importante es el análisis FODA en este proyecto?

Partiendo de que el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en una empresa o actividad es de suma importancia para marcar un objetivo común al que se desee llegar para un logro común y efectivo; se debe considerar la información obtenida para tomar decisiones acertadas a corto y mediano plazo que logren un cambio significativo en el desarrollo de actividades dentro del establecimiento; por lo tanto, este tipo de análisis permiten obtener un detalle de los principales factores que influyen en la ejecución de proyectos, resolución de problemas y toma de decisiones

5.- ¿Tras la implementación de este manual en la empresa, considera que es necesario dar un seguimiento a los colaboradores para medir su efectividad en las responsabilidades a ellos delegadas?

Como parte de una retroalimentación, siempre es necesario dar seguimiento constante y tomar decisiones acertadas y efectivas para que se logren obtener resultados positivos en cada uno de los departamentos que mantengan contacto directo con los clientes y, para ello se puede hacer uso de diversas herramientas o mecanismos de evaluación que logren determinar la efectividad y poner en práctica los métodos mencionados en el manual.

Justificación

Los colaboradores que prestan sus servicios al cliente en una cafetería, al obtener un manual de servicios en el cuál se vean reflejados de forma metódica cada uno de los procesos de acción estandarizados, están en la capacidad de realizar sus actividades o responsabilidades delegadas, enfocadas en la efectividad y en brindar satisfacción al cliente a través de una atención y asesoría personalizada de calidad; de esta manera, los empleados tendrán una mejor preparación para desempeñar operativa y estratégicamente las habilidades obtenidas y ponerlas en marcha en su puesto de trabajo.

Hay que tomar en cuenta que un manual que especifique los procesos y acciones a realizar dentro del área de trabajo, tiene el objetivo de que todo el personal operativo adopte actitudes de “saber hacer” que permitan el desarrollo de la jornada habitual de trabajo de una manera adecuada y que, a través del estudio del mencionado manual, se pueda brindar la asesoría que los clientes requieren, satisfaciendo de manera indicada la demanda requerida que todo negocio tiene.

Los empleados del establecimiento se beneficiarán de manera directa, una vez que sean capacitados en base a este manual, generando un verdadero valor agregado al servicio brindado en el establecimiento y con ello, el incremento o desarrollo de aptitudes en el personal, para que puedan desenvolverse de mejor manera en cualquier ámbito dentro de una empresa de servicio, abriendo así las puertas al crecimiento personal que les permita ir ascendiendo de puesto dentro del mismo establecimiento o en su defecto, ser seleccionado para la contratación en una empresa similar.

Como beneficio principal de la empresa en la cual se implemente este manual, se debe destacar que contará con recurso humano más capacitado que refleje la calidad del establecimiento y que a su vez garantice la fidelidad de los clientes que hoy en día buscan vivir nuevas experiencias de servicio en un mercado en constante crecimiento. De esta manera, la menor rotación de personal también es una clara muestra de la satisfacción interna de los miembros de la empresa, tomando en cuenta el buen actuar en el ámbito operativo y administrativo de la misma, cumpliendo estándares de excelencia, competitividad y posicionamiento a la vanguardia, reflejado en el mercado de servicios.

Económicamente hablando, se puede considerar que el incremento en el volumen de venta, genera automáticamente ingresos monetarios para la empresa y con ello, la estabilidad en el mercado. Este es un círculo de ganancia constante que se genera si la operación y ejecución adecuada de procesos en cada una de sus actividades logra el efecto deseado a través de la puesta en marcha de cada una de las actividades y procesos de acción descritos en el manual, generando un efecto diferenciador en los clientes que tendrán como primera opción en su mente la elección del establecimiento a través del impacto de marca y publicidad que también debe ir de la mano con la promoción general de todos los servicios ofertados. Es así que, la fidelización de clientes y el incremento de los mismos por el nivel de servicio prestado y la calidad del producto, logre posicionar a la empresa como una con mayor demanda del mercado.

De esta manera, es premura dar solución a la necesidad de brindar un servicio de excelencia, que es lo que busca mayormente el cliente nacional y extranjero hoy en día, considerando que las exigencias de los mismos han ido incrementándose en cuanto al servicio recibido, más allá del producto que también tiene un efecto diferenciador y decisivo sobre la elección del establecimiento para determinada actividad; pues, esto marca la diferencia al vender experiencias más allá de productos, estandarizando cada uno de los procesos desde el primer contacto con el cliente hasta la despedida acertada del mismo y posteriormente la fidelización con un efecto post venta que se pretende implementar dentro de la empresa en la aplicación de cada uno de los temas descritos en el manual de servicio.

CAPÍTULO I: PROBLEMÁTICA

La prestación de servicios turísticos en cafeterías y todas aquellas actividades relacionadas con el servicio al cliente en los últimos años ha tenido grandes falencias dentro de los establecimientos de servicios turísticos en general, debido a la insatisfacción de los usuarios quienes han presentado quejas por distintos motivos; entre ellos, la falta de atención personalizada en los servicios solicitados; problema en el cual se pretende hacer hincapié para la realización del manual.

De acuerdo a investigaciones realizadas en la web, se señala que las quejas presentadas por la calidad del servicio ofertada al cliente, tomando en cuenta el caso Ecuador son recurrentes y se debe tomar en cuenta que existe una carencia de estudios, cifras desactualizadas y falta de ejecución de protocolos en atención al cliente dentro de las empresas, principalmente de servicios. Sin embargo, la mercadotecnia debe instruir a los estudiantes sobre análisis del comportamiento de los mercados y consumidores; entendiendo desde su origen el problema inicial que permita generar un plan de acción que solucione de inmediato el mismo.



Dentro de este escenario, surge la necesidad de mejorar este concepto que la mayoría de veces en algunos locales donde no se da importancia al valor de una excelencia en la atención a los clientes, termina eventualmente en la pérdida de los mismos y con ello la reputación del negocio se ve afectada por este factor generando a su vez déficit económico en la empresa y falta de reactivación

turística por no haber considerado la capacitación de sus empleados y dejando la puerta abierta a una falta de cultura de servicio.

Las nuevas tendencias en lo que a calidad de servicio se refiere, han evolucionado a medida que el hombre requiere satisfacer nuevas necesidades; hoy en día, la satisfacción al cliente se está convirtiendo en una herramienta principal dentro de los sectores de la industria y la empresa, donde se ve la necesidad de implementar nuevos procesos administrativos basados en una mayor capacidad de respuesta que permitirá evaluar y analizar al cliente, esto considerando la experiencia obtenida con el producto; pues, muchas de estas empresas ya no solo están dispuestas a crear productos, sino marcas y una identidad propia y exclusiva que a largo plazo les asegure el éxito en el mercado. (Jara, 2018).

En la ciudad de Cuenca existe una cantidad considerable de cafeterías, sin embargo, la mayoría de ellas no cuenta con un manual de buenas prácticas en atención al público, es decir, no se ha priorizado aun este importante detalle que conlleva a una atención de excelencia y la importancia que ameritan estas actividades con respecto al personal de trabajo que debería seguir protocolos estandarizados para que cada cliente siempre obtenga el mismo trato profesional y adecuado.

Hoy en día, lograr y mantener el éxito en las organizaciones requiere de capacitaciones permanentes de sus colaboradores, pensando que el trabajo en equipo es el que debe marcar la diferencia de un trabajo individualizado, en la que todos los participantes aportan conocimientos, forman un todo y son responsables de las metas comunes. Cuando se trabaja en equipo, se concentran las aptitudes de los miembros y se potencian sus esfuerzos, disminuye el tiempo invertido en las labores y aumenta la eficacia de los resultados. (Cervantes, 2020).

La utilización de un manual de estandarización de procesos, debe ser la principal guía para aquellos colaboradores que se insertan en determinada empresa; es por ello que luego del proceso habitual de selección de personal que determina aptitudes y más lineamientos para ocupar un puesto de trabajo se hace fundamental y a ciencia cierta, van de la mano con la ejecución de las actividades en el manual descritas; problema que se ha visto latente en varias empresas que toman a la ligera esta estandarización y dejan a libre albedrío el buen actuar de sus empleados sin considerar las variables en el tipo de cliente y determinada situación que se pueda dar al momento de servicio, desencadenando en la satisfacción o en su defecto, un grave problema.

En las empresas que ofrecen servicios de alimentación cara a cara, como es el caso de la empresa Ci Cafeterías, se vuelve vital que el capital humano esté preparado para poder resolver circunstancias de índoles variadas, donde el saber realizar un proceso o procedimiento puede no ser suficiente; para estos casos, las empresas deben asegurarse que el perfil de contratación cumpla con los requisitos del puesto o de que, al menos, el aspirante al puesto sea capaz de adaptarse a estas filosofías de trabajo. (Heredia, 2020). Este tipo de empresas también pueden actualmente tener un problema de mala comunicación interna causado por la falta de criterios adecuados para trabajar en equipo; este problema genera mal ambiente de trabajo y falta de compromiso interno por parte de todos los trabajadores de la empresa, partiendo desde el ámbito administrativo hasta el operativo.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

Marco Teórico

Tema: MODELO - Manual-de-Operaciones STARBUCKS

Año: 2022

Lugar: Seattle, Washington

Autor: Starbucks Coffee Company

Resumen: Las organizaciones verificadoras que hacen verificaciones para C.A.F.E. Practices generalmente son organizaciones regionales independientes que están familiarizadas con las prácticas de producción y de beneficio en la región en la que trabajan. Estos factores hacen que sea necesario contar con una metodología de verificación que sea al mismo tiempo universal y aplicable a cada una de las situaciones. Como parte del manual, la tarjeta de puntuación contiene 210 indicadores específicos diseñados para evaluar las condiciones económicas, sociales y ambientales que pueden observarse en cadenas de suministro compuestas por fincas grandes o medianas. La tarjeta de puntuación de pequeños productores, por su parte, es un complemento y solo tiene 124 indicadores específicos, que fueron extraídos en base a su aplicabilidad a las fincas pequeñas. De esta manera la Tarjeta de puntuación está diseñada para evaluar las condiciones económicas, sociales y ambientales que se observan en las cadenas de pequeños productores. Para comprender mejor la intencionalidad y los objetivos que gobiernan los criterios de evaluación que aparecen en las tarjetas de puntuación, generales y para pequeños productores, es recomendable que las organizaciones de producción consulten los lineamientos generales de evaluación de

C.A.F.E. Practices. Los colaboradores que trabajan en esta empresa tienen responsabilidades claramente definidas en el reglamento; además, deben asegurarse de que los informes proporcionados se verifiquen cuidadosamente para garantizar que sean correctos y confiables y, por lo tanto, capaces de brindar el mejor servicio posible a los clientes.

Esta referencia genera un panorama más claro de lo que otras empresas están aplicando a nivel interno para garantizar un excelente servicio a los clientes; la idea es utilizar ciertas herramientas que han usado en sus establecimientos y replicar actividades que a ciencia cierta han dado resultados positivos como es el caso de las responsabilidades adquiridas por cada empleado y el seguimiento de verificación que se elabora con informes fiables de las actividades realizadas por los colaboradores. Por otra parte la estandarización de procesos permite una identificación temprana de situaciones con las cuales los empleados pueden enfrentarse y de esta manera una solución efectiva a eventuales problemas que se den en la marcha.

Tema: Cafetería Manual de Procedimientos

Año: 2013

Lugar: México (CDMX)

Autores: José García de la Torre

Resumen: El presente manual de procesos implementado en la cafetería YÉETEL NAAY en Ciudad de México, pretende ser una herramienta de comunicación clara y completa para que los empleados realicen diversos procesos y actividades. El presente documento tiene como finalidad explicar las operaciones de la empresa y facilitar su comprensión como medio de servicio al cliente, desarrollo de productos, prácticas, estándares, procedimientos y capacitación del personal relevante. Contiene una descripción de las actividades que se deben seguir en el cumplimiento de las tareas de una o más áreas administrativas. El manual contiene procedimientos y áreas donde se definen sus responsabilidades y participación mediante diagramas de flujo. Busca que conozcan los pasos a seguir para completar sus actividades mientras estén en sus prácticas laborales.

Este documento proporciona de forma clara y precisa la información necesaria para llevar a cabo las actividades necesarias para lograr los objetivos de la empresa, detallando que para la elaboración de esta guía fue necesario realizar un estudio del entorno de la organización y su funcionamiento interno sin olvidar que este manual es una herramienta de trabajo que todo integrante de la empresa debe conocer para luego aplicar de manera sistemática y consciente y con ello realizar sus tareas con mayor facilidad y practicidad.

Basados en esta cita, se rescata el enfoque que se tiene en la capacitación al personal; motivo clave para entender los procesos, actividades y productos que se ofertan o que logran un valor importante ante la vista del cliente que finalmente es quien tiene la última palabra en el nivel de satisfacción que la empresa brinda, así mismo, el detalle paso a paso de cada una de las actividades distribuidas por departamentos o áreas para que el conocimiento del personal sea inminente al momento de realizar sus labores en el área de trabajo.

Es de gran importancia recalcar que se ha realizado un estudio del entorno de la empresa para cuidar cada detalle aplicado dentro de la misma basados en el enfoque que se tiene en los aspectos sociales, políticos, económicos, etc.

Título: Diseño de manual de buenas prácticas y manufactura en el área de calidad Bogotá

Año: 2019

Lugar: Colombia – Bogotá

Autores: Kevin Alonso Amado Castro, Roberto José Rincón Mancipe, William Ferney Ruge Mancipe

Universidad: Universidad Cooperativa De Colombia Facultad De Ingeniería

Resumen: El concepto de calidad es definido como el conjunto de características relativas a los bienes y servicios que son producidos por las organizaciones, y también a la capacidad con la que cuentan para generar cumplimiento y satisfacción en sus consumidores. Las características deben permitir al producto y/o servicio cumplir con los requerimientos deseados por las personas que los adquieren, pues en el proceso de diseño deben en todo momento contemplar las opiniones y requerimientos del cliente. La competencia

será un actor fundamental en el proceso de búsqueda de la calidad, ya que impulsará a las compañías a ser más competitivas, pues sus productos deberán lograrse de una manera más rápida y con un menor costo. Otro concepto que es presentado sobre calidad, es el descrito en la norma DIN, en la cual se establece que: “la calidad en el mercado significa el conjunto de todas las propiedades características de un producto, que son apropiados para satisfacer las exigencias existentes en el mercado al cual va destinado”, concepto que también contiene las palabras claves de las definiciones anteriores, pues centra su atención en las características que deben tener los productos y servicios y las capacidades con las que deben contar para satisfacer las demandas del mercado, lo cual a su vez también muestra que productos de calidad generan un mercado de calidad y consumidores que pueden buscar la calidad de los productos sobre los precios de los mismo. (Emiro, 2019)

En este apartado se puede identificar claramente el enfoque que se tiene en cuanto a la calidad del servicio y la importancia de la misma sobre la decisión final que tome el cliente y que garantice su fidelización logrando mantener una reputación de alto estándar; motivo relevante ante la satisfacción de las necesidades de un mercado cambiante y que ha ido exigiendo cada vez más a empresas de servicio en cuanto a calidad se refiera; es por ello que el enfoque que se debe tener al contar con colaboradores con las aptitudes adecuadas para cada puesto de trabajo es predominante para garantizar un servicio de calidad.

Marco Contextual

El proyecto se realiza como plan piloto en la cafetería Cream Coffee de la ciudad de Cuenca – Ecuador, misma que ha tenido un auge considerable desde el año 2021 cuando abrió sus puertas al público en un local novedoso y con un concepto de prestación de servicios principalmente de cafetería, abriendo sus puertas al público desde la mañana hasta la noche, ofreciendo platos sencillos pero variados como: desayunos, sánduches, hamburguesas, picadas, bebidas y más donde el servicio personalizado es su principal fuerte.

Hoy en día, esta cafetería está enfocada en una promoción a través de Redes Sociales principalmente a cargo de su gerente propietaria, la Sra. Diana Chacón, quién utiliza Tik-Tok como una herramienta poderosa en el marketing de su empresa, logrando que este negocio se expanda y logre situar una sucursal en el puerto principal del país: Guayaquil, con un mercado totalmente distinto al que se encuentra en la ciudad de Cuenca, pero igual de importante y exigente en cuanto a calidad de servicio se refiere. Este local está en una de las zonas más comerciales de Guayaquil y hasta el momento es una competencia importante para los demás negocios que en este sector se encuentran.

En este caso, el estudio se basa en su local principal situado en Cuenca, mismo que tiene distintos procesos y departamentos que se encargan de desarrollar sus actividades y que van desde la planificación, pasando por la preparación de alimentos, el servicio y la facturación, pero que aún no ha considerado una estandarización de procesos en cada uno de ellos que logre un nivel de servicio en el cual el cliente reciba el mismo procedimiento en cada visita, fidelizando a los mismos por la calidad de producto, servicio y asesoría y finalmente de un contacto post venta que garantice su retorno.

Al ser el objetivo principal de este proyecto implementar un manual de servicios para que en esta cafetería se pueda desarrollar aún más el concepto de atención, se ha enfatizado el estudio de competencia y mercado para determinar la factibilidad de continuar con el desarrollo de actividades y que cada empleado pueda alcanzar un nivel adecuado de aptitudes para brindar servicios de calidad y que sean estandarizados en cada uno de los procesos, principalmente aquellos que tienen contacto o relación directa con los clientes que visitan Cream Coffee como es el Hostess, el vendedor o asesor

y el cajero; sin embargo es importante estandarizar procesos desde la parte de calidad de alimentos que se reciben y se preparan, la decoración de platillos, la forma de dar la bienvenida al cliente y guiarlo en su ubicación, presentación del personal que será su asesor de servicio y demás actividades que están enroladas en brindar una experiencia completa en este establecimiento.

Cabe destacar que la cafetería Cream Coffee se ha enfocado en la renovación constante de su decoración y el logro de un concepto novedoso y juvenil para que sirva cada rincón de la misma como un spot donde los clientes puedan combinar su experiencia de servicio de alimentos con la de crear fotografías o videos con llamativos colores, texturas de paredes y la personalización en elementos como vasos de bebidas o alimentos preparados con cierta exclusividad para el deleite de quien visita estos locales.



Imagen1: Personalización de vasos de bebidas. Fuente: <https://creamcoffeec.com/#galeria>



Imagen2: Preparación exclusiva de alimentos. Fuente: <https://creamcoffeec.com/#galeria>



Imagen 3. Decoración de ambiente Cream Coffee Guayaquil. Fuente:
<https://www.instagram.com/creamcoffeec/>

Marco Conceptual

Barismo:

Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE) el Barismo se especializa en el desarrollo de bebidas basadas en el café, combinando las semillas del cafeto con licores, leche y otros ingredientes. Este profesional también puede dedicarse a estudiar y diseñar cómo se presentan estas bebidas e incluso a la decoración del café. Un barista está en condiciones de diferenciar entre las variadas clases de café para preparar mezclas exclusivas. Los diversos procesos que involucran a las semillas (como el tostado, la molienda, etc.), los detalles del agua que se utiliza para preparar la infusión (temperatura, pH, dureza) y las características técnicas de las cafeteras son otras temáticas de interés para estos especialistas.

Capuccino

Un cappuccino es una bebida que consta de un espresso con leche vaporizada con una ligera capa de espuma, esta bebida al igual que el café americano es una de las bebidas más consumidas a nivel mundial. Es una bebida compleja ya que por los sabores fuertes del espresso y el dulzor de la leche, es muy difícil que los sabores combinen, pero los resultados son exquisitos. (Ramos, 2017)

Latte

Esta bebida es comúnmente confundida con el cappuccino, en este caso no por las personas que lo consumen en cambio por las personas que la realizan, muchas personas piensan que es lo mismo, que no existe diferencia alguna, sin embargo, existe diferencia ya que el latte no posee tanta espuma como el cappuccino y el tamaño de la bebida (Ramos, 2017)

Mocaccino

Bebida similar al cappuccino, sin embargo, a esta bebida se le agrega chocolate líquido o cocoa. Esta bebida en la actualidad esta bebida está siendo muy reconocida por las masas, especialmente por los más jóvenes, ya que por el dulzor del chocolate el sabor es más agradable (Ramos, 2017)

Macchiato

El Macchiato es una bebida que es muy poco usual, la gente no conoce sobre él y existen muchas ocasiones en donde se lo desconoce. Trata de un espresso con espuma de leche vaporizada en el tope, es una bebida compleja de degustar por su sabor, pero a su vez es deliciosa y fácil de realiza café (Ramos, 2017)

Americano

El café americano es una de las bebidas más consumidas en los locales destinados a la venta de café. Es tan simple de realizar, solo consta de un espresso y agregar agua caliente. Esta bebida es reconocida en la mayoría de lugares del mundo (Ramos, 2017)

Maridage

En gastronomía, técnica o arte que determina la combinación adecuada del vino y la comida de forma que se complementen o contrasten, con el fin de aumentar el deleite de los comensales. El maridaje del vino y la comida es el proceso de casar los alimentos con el vino para realzar el placer de comer. (Torres, 2011)

Brunch

Brunch se puede explicar cómo una combinación de dos palabras inglesas breakfast (que es el desayuno) y lunch (que es el almuerzo o comida del mediodía). Por lo tanto, cuando la gente me pregunta qué es un brunch, suelo contestar que es una comida que se consume entre la hora del desayuno y la del almuerzo. (Coffeandbrunch, 2019)

Lunch

Este aperitivo **puede estar dispuesto en mesas y fuentes previamente preparadas** y servirse los comensales a su antojo -en plan tipo *buffet*-, **o bien puede contar con el servicio de camareros** que irán "circulando" por la sala ofreciendo la comida y la bebida que llevan en sus bandejas. Si no se cuenta con servicio de camareros habrá que disponer de una mesa "de descarga o descarte" para poder depositar los cubiertos, vajilla y cristalería usada.

Hostess

El hostess de un restaurante o cafetería es la persona encargada de asegurar la buena acogida de los clientes, así como de garantizar la mejor experiencia de usuario del establecimiento en todo momento. En

una cafetería o restaurante, el hostess debe recibir a los clientes y comensales para luego llevarlos a su mesa; lo más importante es que siempre presten atención a las necesidades de los clientes y presten atención a sus servicios. (Recuperado de: Barcelona Culinary Hub)

Repostería

Se considera a la repostería como el arte de confeccionar pasteles, postres, dulces, turrónes, helados y bebidas licorosas. Posteriormente, surge la tradición de la repostería doméstica que conocemos hoy en día, cuando los molineros logran obtener una harina fina de trigo libre del salvado que contenía anteriormente; con la cual por sus distintas características, se logra obtener una gran variedad de productos de repostería (Ensayos,2013).

Contaminación Cruzada

Se conoce como Contaminación Cruzada al proceso por el cual los alimentos entran en contacto con sustancias ajenas a su composición, generalmente nocivas para la salud.

Mise en Place

Se le llama también puesta a punto; es la preparación de los géneros para su terminación, en el momento requerido, es decir la mecánica del trabajo diario, durante las horas anteriores al servicio del comedor, limpieza, aderezos, etc. (Centeno, 133)

Maître

Maître en la versión en español del original también conocido como el metre o jefe de sala. Su nombre es de origen francés y literalmente significa "maestro". Su papel es el de organizar, planificar y dirigir las tareas que se desarrollan en el servicio de sala y es por eso que su labor está directamente relacionada con la brigada de comedores y clientes del restaurante.

METODOLOGÍA

1. Levantar información de los procesos que maneja la cafetería mediante la metodología PEST.

Metodología 1: Analítica: El método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. (Hernández, G. 2017)

Aplicación: En esta sección se desarrolla un análisis del entorno, el mercado y competencia del establecimiento para determinar la factibilidad de desarrollo y ampliación de actividades que permitan identificar factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos para la ejecución de proyectos.

Metodología 2: Investigación cualitativa: La definición se orienta a la producción de datos descriptivos, como son las palabras y los discursos de las personas, quienes los expresan de forma hablada y escrita, además, de la conducta observable (Taaylor, S.J. y Bogdan R., 1986, p. 01).

Aplicación: En este punto se pondrán en marcha herramientas como encuestas, entrevistas y cartas de comentarios y sugerencias de los clientes con preguntas de interés relevante para el desarrollo de actividades en el establecimiento, con el fin de poder recolectar información que permita implementar, modificar y ejecutar un plan de acción propio y en el menor tiempo posible dentro del local y que brinde pautas para el desarrollo del presente manual

2. Clasificar la información obtenida del establecimiento Cream Coffee.

Metodología 1: Inductivo deductivo: “Son estrategias de razonamiento lógico, siendo que el inductivo utiliza premisas particulares para llegar a una conclusión general, y el deductivo usa principios generales para llegar a una conclusión específica”. (Arrieta, 2018, p. 01).

Aplicación: En este proceso se identificarán los diferentes factores que se presentan al presente en el ámbito de servicio dentro de la cafetería, permitiendo aplicar la deducción para generar nuevas actividades de desarrollo en el ámbito de servicio que permitan enfocar la excelencia en el servicio ofertado a cada cliente en forma personalizada por cada uno de los asesores de la cafetería.

Metodología 2: Convergente: “El método convergente aborda los datos cualitativos y cuantitativos por separado, para luego comparar los resultados y confirmar los hallazgos”. (Métodos de investigación, 2021, p. 01)

Aplicación: Para la ejecución de este proyecto nos basaremos en la información obtenida con las herramientas aplicadas para su efecto a lo largo del proceso de estudio previo a su ejecución y en la etapa de implementación del manual que en teoría, permitan identificar y eliminar errores que eventualmente se presenten en el proceso

3. Elaborar el manual de procesos de calidad de la cafetería.

Metodología 1. Experimental. Se trata de una orientación que, a partir de lo ya descrito y explicado, se centra en predecir de lo que va a pasar en el futuro si, en esa situación de la realidad, se hace un determinado cambio, según (Castillo, 2020).

Aplicación: Para la elaboración del manual se tendrá en consideración la información obtenida para la puesta en marcha en un plan piloto que permita la eliminación de errores que se puedan dar en el desarrollo e implementación del manual de servicio entre los empleados de la cafetería

Metodología 2: Demostrativo. Se refiere a lo que se demuestra o se expone, con fines probatorios. (Anónimo,s.f)

Aplicación: En la ejecución del presente proyecto, se pretende demostrar la factibilidad y funcionamiento del manual a través de las cartas de cometarios y sugerencias emitidas por los clientes, mismas que permitirán obtener información determinante de satisfacción en cada uno de ellos y que esto permita generar cambios positivos con el afán de incrementar el nivel de servicio en la misma

Instrumentos de Investigación

Entrevista

Es una técnica de investigación, cualitativa que proporciona información sobre la opinión de los distintos públicos sobre hechos que han sucedido en el pasado o en la actualidad. Esta técnica usualmente es flexible dinámica y se enfoca en elaborar preguntas para luego analizarlas e interpretarlas

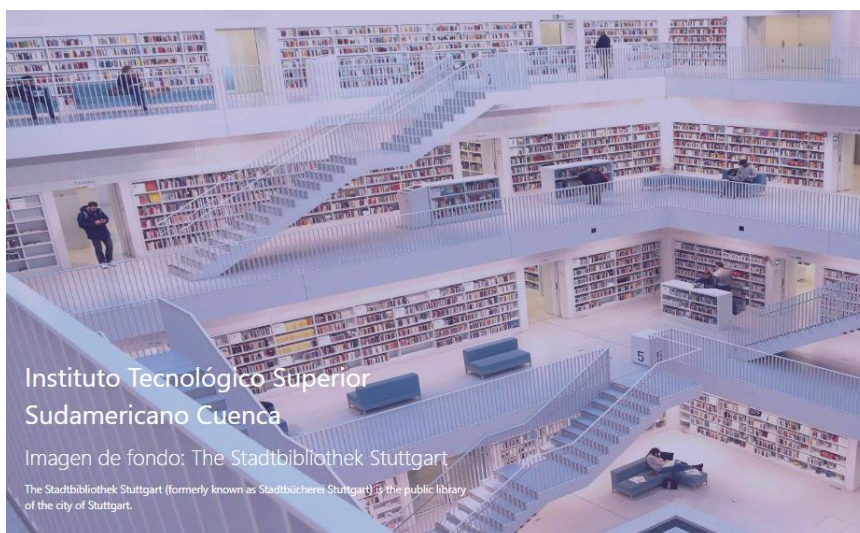
Página Web

Es un documento electrónico especialmente adaptado para la web, que contiene determinada información sobre un tema, conectado a una red mundial de información denominada Internet, de manera que el documento puede ser consultado por cualquier persona que se conecte a su red global de comunicaciones.



Bibliotecas Virtuales

Son plataformas que se encuentran en el internet y que proporcionan una gran extensión de contenidos, así como servicios bibliográficos las cuales están para generar respuesta a la demanda que existe en el mundo por parte de estudiantes, investigadores y profesionales que buscan recursos bibliográficos verídicos.



eLibro

Instituto Tecnológico
Superior Sudamericano
Cuenca

CORREO Ó NOMBRE DE USUARIO

CONTRASEÑA

Iniciar Sesión

¿Olvidó su contraseña?

Cualquier problema de autenticación por favor enviar un correo a jperez@sudamericano.edu.ec

Google Académico

Son plataformas que se encuentran en el internet que proporcionan una gran extensión de contenidos, así como servicios bibliográficos y documentales. Están hechas para responder a la gran demanda de información de estudiantes, profesionales, y cualquier otra persona. Buscador de medio digital especializado en resaltar resultados directamente relacionados con el mundo de la educación de carácter superior. Forma parte Google y está en funcionamiento desde 2004. Este motor de búsqueda web gratuito que está abierta a vasta información en muchas disciplinas profesionales y la cual tiene conexión con otros artículos del mismo carácter con el relaciona.



Tesis

Este instrumento facilita información para todo tipo de investigaciones; puede ser digital o físico que tiene como finalidad almacenar escritos o documentos para preservar, almacenar y organizar para después difundir al acceso del mismo mediante un mecanismo abierto, en el cual toda persona en busca de estos documentos pueda indagar de una manera sencilla.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSTGRADO

PROYECTO DE TESIS

EL LIDERAZGO EN LOS DIRECTIVOS Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO "HUAYCÁN" DE ATE – VITARTE. LIMA 2011.

**PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAGÍSTER EN EDUCACIÓN**

CON MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE LA EDUCACIÓN

**AUTOR:
CORTEZ EGUSQUIZA, RAÚL**

**ASESOR:
DR. CARLOS E. RUIZ ORBEGOSO. MSC.**

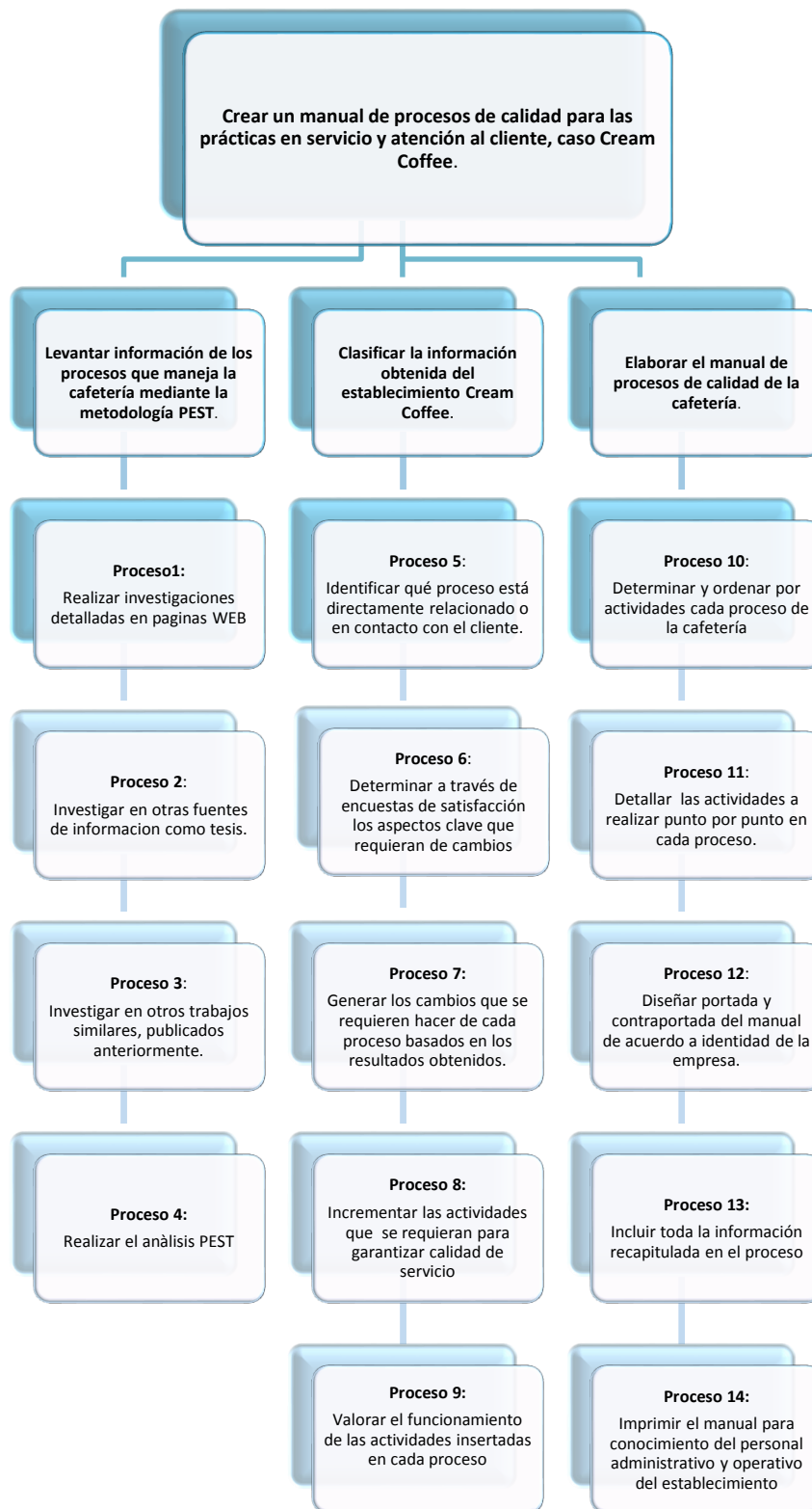


Tabla 1: Cuadro de procesos. Fuente: Elaboración Propia

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

La siguiente tabla detalla los procesos a realizarse en cada uno de los objetivos planteados para el desarrollo de este proyecto, indicando las actividades específicas que se harán para el cumplimiento de ese objetivo dentro de la cafetería Cream Coffee

Objetivo General Crear un manual de procesos de calidad para las prácticas en servicio y atención al cliente, caso Cream Coffee	
Objetivo Especifico Levantar información de los procesos que maneja la cafetería mediante la metodología PEST	
Proceso1: Realizar investigaciones detalladas en páginas WEB	En este punto se procedió a acceder a Google académico y al buscador de Google para explorar páginas oficiales o repositorios que nos pudieran ofrecer información acerca del tema a tratar
Proceso 2: Investigar en otras fuentes de información como tesis.	Se considerará también la indagación de información en otras fuentes como tesis realizadas
Proceso 3: Investigar en otros trabajos similares, publicados anteriormente	Analizar trabajos previamente elaborados que tengan relación con el tema que se plantea con respecto a creación de un manual de servicios
Proceso 4: Realizar el análisis PEST	Como parte del análisis PEST, se comenzará a indagar acerca de los aspectos políticos y económicos que afectan directamente el desarrollo adecuado de la actividad en el establecimiento

Fuente: Elaboración Propia.

	Del mismo modo, se realizarán los estudios necesarios en los aspectos sociales y tecnológicos que influyen en la decisión del cliente dentro de la cafetería y fuera de la misma
Objetivo Especifico	
Clasificar la información obtenida del establecimiento Cream Coffee	
Proceso 5: Identificar qué proceso está directamente relacionado o en contacto con el cliente.	Basados en el contacto que tiene el cliente con los procesos, determinar cada uno de ellos con el fin de identificar cuáles serían las áreas involucradas en este contacto y generar los cambios necesarios.
Proceso 6: Determinar a través de encuestas de satisfacción los aspectos clave que requieran de cambios	Obtener información en base a esta herramienta solicitada a los clientes que sirva de base para generar cambios en cada proceso considerando los resultados obtenidos.
Proceso 7: Generar los cambios que se requieren hacer de cada proceso basados en los resultados obtenidos	Basados en las necesidades detectadas, considerar los cambios en las actividades de cada proceso que garanticen la calidad en el servicio y la oferta de productos.
Proceso 8: Incrementar las actividades que se requieran para garantizar calidad de servicio	Determinar las actividades que se deban adicionar en cada proceso con el fin de que el servicio sea el adecuado para los clientes.
Proceso 9: Valorar el funcionamiento de las actividades insertadas en cada proceso	Analizar cada una de las actividades adicionales para determinar su factibilidad y pertinencia en el área de servicio
Objetivo especifico	

Elaborar el manual de procesos de calidad de la cafetería	
Proceso 10: Determinar y ordenar por actividades cada proceso de la cafetería	Analizar las actividades que deberán ser cumplidas en cada uno de los procesos que tiene la cafetería para agruparlas por cada uno de ellos desde la llegada hasta la despedida del cliente.
Proceso 11: Detallar las actividades a realizar punto por punto en cada proceso	Indicar cada una de las actividades que van a ser parte de este manual y ordenarlas para su fácil comprensión y aplicación.
Proceso 12: Diseñar portada y contraportada del manual de acuerdo a identidad de la empresa	Generar el diseño del manual a través de programas sencillos pero utilitarios con la identidad de la empresa, utilizando los colores y logotipos que utiliza el establecimiento para personalizar el mismo.
Proceso 13: Incluir toda la información recopilada en el proceso	Adaptar al diseño del manual, la información obtenida en el proceso de investigación y desarrollo de proyecto para que sea fácilmente entendible y aplicable en cada proceso.
Proceso 14: Imprimir el manual para conocimiento del personal administrativo y operativo del establecimiento	Realizar la impresión de varias copias del manual para que sean familiarizadas y puestas en práctica con todo el personal de la empresa.

CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

Un manual de procesos, conocido también como manual de procedimientos aplicado, es una herramienta fundamental que permite que una empresa funcione correctamente porque establece las características de la misma, normas, reglamentos, sanciones y todo lo relacionado con la gestión del establecimiento. Este manual debe contar con un lenguaje sencillo, claro y lógico, también debe definir la normativa aplicable a los empleados y ser flexible en caso de que sea necesario modificarla en cualquier momento de acuerdo con las nuevas prácticas de la empresa.

Es importante señalar que este manual debe ser leído por todos los empleados de la empresa y debe contener esencialmente todos los aspectos relevantes que definen la empresa como: políticas, estrategias, principios, objetivos, actividades y productos o servicios que se ofertan, todos ellos divididos o categorizados por departamento o área que tiene una relación directa con el cliente.

Levantar información de los procesos que maneja la cafetería mediante la metodología PEST

Proceso 1: Realizar investigaciones detalladas en páginas WEB



The image shows a Google Académico search interface. The search bar contains the text "MANUAL DE PROCESOS". Below the search bar, it indicates "Aproximadamente 946.000 resultados (0,09 s)". The results are displayed in a list format with various filters on the left side. The filters include "Cualquier momento" (with sub-options for "Desde 2022", "Desde 2021", "Desde 2018", and "Intervalo específico..."), "Ordenar por relevancia", "Ordenar por fecha", "Cualquier idioma" (with "Buscar sólo páginas en español"), "Cualquier tipo", "Artículos de revisión", "Incluir patentes", and "Incluir citas" (checked). The search results list several documents, each with a title, a brief description, and a source link. The first result is a PDF titled "Manual de procesos y procedimientos" from eumed.net. The second is a book "Manual de procesos químicos en la industria" from academia.edu. The third is a PDF "Elaboración de un manual de procesos constructivos del adoquinado" from epn.edu.ec. The fourth is "Manual de procesos y procedimientos" from udistrital.edu.co.

Imagen 4: Investigación en páginas académicas. Fuente: Elaboración propia



MANUAL DE PROCESOS

Haz búsquedas en el mayor catálogo de libros completos del mundo.
[Mi biblioteca](#)

Imagen 5: Investigación en páginas oficiales de libros. Fuente: Elaboración propia

DESCRIPCIÓN: El visitar diversos sitios web ha permitido claramente encontrar información relevante para el proyecto a desarrollarse, principalmente en páginas con fuentes comprobadas como es el caso de Google Académico y Google Books, entre otras que se encargan de brindar información detallada de cada requerimiento en la búsqueda con archivos de repositorios y un direccionamiento hacia fuentes donde la información obtenida permite dar un panorama más acertado relacionado a nuestro proyecto.

Este tipo de fuentes fidedignas permiten dentro del proyecto buscar autores o trabajos relevantes que aporten información al presente trabajo, basados en las investigaciones en cada área como es la búsqueda de conceptos para el Marco Conceptual, donde los autores de distintos trabajos muestran los significados que aplican a los términos que en el ámbito de investigación se consideran dentro del trabajo.

Proceso 2: Investigar en otras fuentes de información como tesis.



Imagen 6: Investigación de otras tesis. Fuente: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/2/>



Imagen 7: Investigación de otras tesis.

Fuente: https://issuu.com/industrialojadeespeceriasile/docs/manual_de_operaciones2

DESCRIPCIÓN: Mantener una referencia de otras tesis previamente realizadas como fuente de obtención de información es un factor clave debido a que permite identificar diversos criterios que acertadamente se han ido dando con respecto al tema en el que nos enfocamos por parte de otros autores. Las investigaciones realizadas en estos trabajos aportan mayormente a tener un objetivo bien definido y que tiene relación con la temática planteada.

En esta tesis específicamente, se ha buscado un modelo de manual de procedimientos operativos para restaurantes, que es una temática similar a la aplicada en el presente proyecto para que sirva de base como las otras investigaciones realizadas; las autoras buscan enfatizar en la importancia de la realización de manuales de procedimientos para que sea más fácil la retroalimentación de cada empleado y por otra parte que se puedan ejecutar las evaluaciones periódicas y permanentes dentro de cada proceso.

Proceso 3: Investigar en otros trabajos similares, publicados anteriormente.



SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES
GUÍA TÉCNICA PARA LA ELABORACIÓN DE
MANUALES DE PROCEDIMIENTOS

Los responsables de ejecutar los trámites deberán describir sus procedimientos en el siguiente formato:

		Procedimiento 2		PR-DO-00
		Nombre del Procedimiento 1		Fecha: 3
				Versión: 4
				Página: 5
Unidad Administrativa	Director General de 6	Área Responsable		Dirección de 7
Descripción de Actividades				
Paso 8	Responsable 9	Actividad 10	Documento de Trabajo (Clave) 11	

La descripción de actividades deberá requisitarse en letra arial 11.

Imagen 8: Ejemplo de ficha para la elaboración de actividades. Fuente: https://www.uv.mx/personal/fcastaneda/files/2010/10/guia_elab_manu_proc.pdf

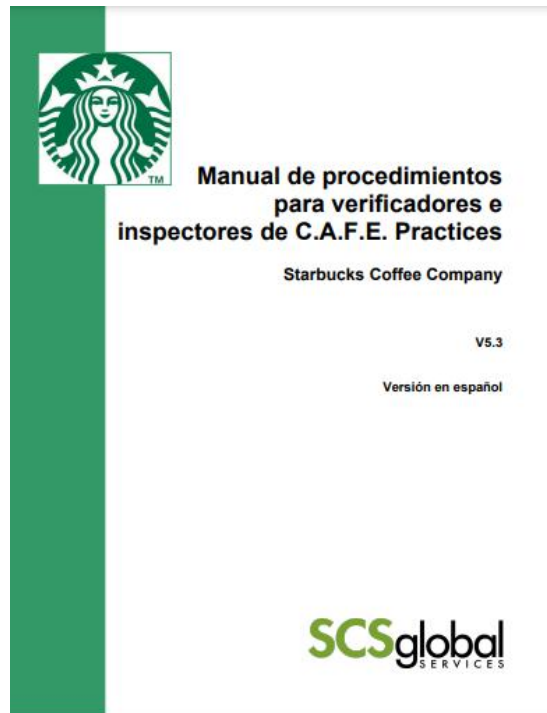


Imagen 9: Portada de manual de procedimientos Starbucks. Fuente:

https://cdn.scsglobalservices.com/files/program_documents/cafe_man_verinsops_esp_v5.3_102917.pdf

DESCRIPCIÓN: En este apartado se ha tratado de buscar información en trabajos realizados anteriormente y que aporten al desarrollo técnico del proyecto como es la elaboración de las fichas para cada proceso dentro de la cafetería; con ello los empleados pueden identificar fácilmente las actividades a realizar en cada uno de los departamentos en forma detallada y ordenada. Estas fichas ayudan a estandarizar actividades en ellas descritas y pueden ser fácilmente modificables en su contenido de acuerdo a requerimientos que eventualmente puedan darse en el transcurso del tiempo y de acuerdo a las necesidades de la empresa.

La realización de fichas de cada proceso está detallada con los logos empresariales, página, proceso y actividades a realizar; las mismas que son colocadas en orden secuencial y muestran el paso a paso de acuerdo a cada requerimiento que se tenga como bienvenida del cliente, servicio, facturación, cierre de venta, despedida, etc.

Proceso 4: Realizar el análisis PEST



Imagen 9: Ejemplo de análisis PEST. Fuente: blog.hubspot.es/marketing/analisis-pest

DESCRIPCIÓN: Una parte fundamental para identificar el comportamiento del mercado es el análisis PEST que se debe hacer para que factores políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos puedan permitir identificar necesidades de cambio dentro de la empresa, basados en el entorno. Con ello se pueden tomar en cuenta todas las observaciones identificadas para poder generar un plan de acción con cada una de ellas.

En este análisis, particularmente se han identificado factores que puedan dar información relevante del comportamiento del mercado, que si bien es cierto es un mercado cambiante por el tipo de clientes que en la ciudad se encuentran, las necesidades y expectativas de ellos también lo son y esto permite generar los cambios necesarios para que el funcionamiento del establecimiento sea dinámico.

ANÁLISIS PEST DEL ESTABLECIMIENTO CREAM COFFEE DE LA CIUDAD DE CUENCA

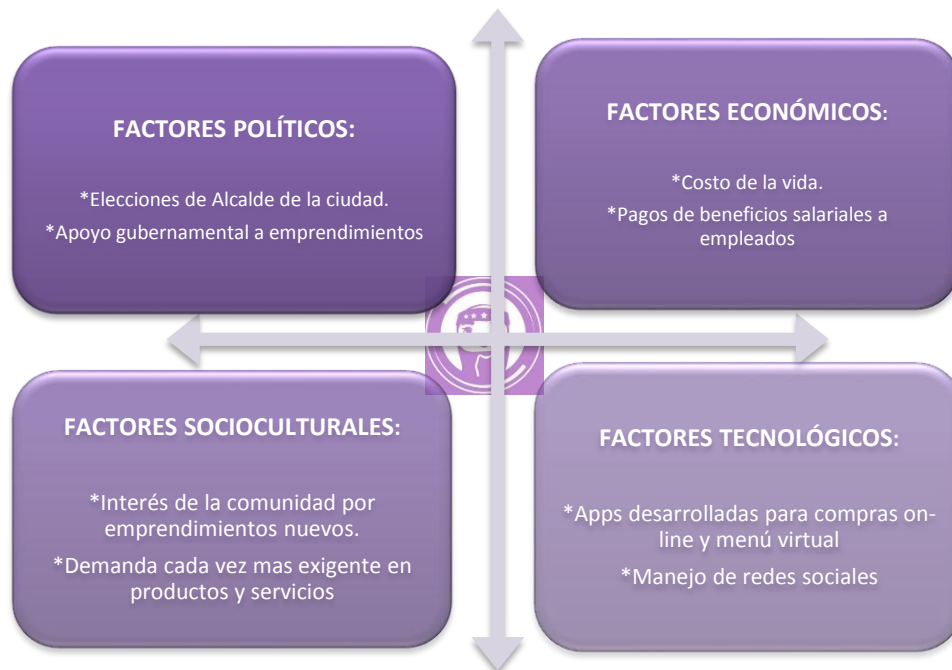


Imagen 10: Análisis PEST Cream Coffee. Fuente: Elaboración propia

Factores Políticos

Estos son factores principalmente gubernamentales que afectan el desempeño de las empresas ya sea directa o indirectamente, entre los cuales sobresalen la política fiscal, las restricciones al comercio y la industria y todo tipo de aranceles que se cobra por efectos de importación o compra directa en el país de materiales e insumos requeridos para la actividad a desarrollarse.

Las próximas elecciones para Alcalde de la ciudad obligan a la mayoría de comercios a adoptar cierta inestabilidad en cuanto a desarrollo de su establecimiento debido a las obras que eventualmente puedan darse en el sector; factor que limita de cierta manera la puesta en marcha de nuevos proyectos de innovación y cambio en el establecimiento hasta no definir en forma clara y precisa la decisión tomada para efectos de gobernabilidad.

El apoyo gubernamental a nuevos emprendimientos o comercios que se han ido desarrollando últimamente se ve limitado por la burocracia existente en el ámbito departamental de las oficinas de servicio público para obtener permisos y demás requisitos que faciliten la actividad; por otra parte, las exigencias y limitantes que ponen los entes gubernamentales para el desarrollo de las empresas es el punto más sobresaliente para que un emprendedor ponga en duda el éxito de su negocio.

Factores Económicos:

Dentro de los factores económicos que influyen en una empresa o establecimiento de servicios hay que destacar principalmente aquellos aspectos que son relevantes en el desarrollo de la economía del sector.

El costo de la vida ha sido un limitante para que hoy en día las personas tomen la decisión de incurrir en gastos adicionales a los que usualmente tienen; se debe considerar en este aspecto, los precios que se deberán asignar a los productos de venta para que sean parte del proceso de compra venta dentro de un determinado mercado, en vista que la decisión que tomará un cliente depende específicamente de un conjunto de factores que motiven a realizar la transacción.

Los pagos a empleados que están en la obligatoriedad de recibir todos los beneficios de ley al recibir su salario también es un factor determinante en la rentabilidad que tenga la empresa; todo esto dependerá de la asignación acertada de cargos y número de personas que se tengan que asignar al mismo. Este factor que tiene una relación entre los costos por los servicios y productos de calidad entregados a los clientes determinará el éxito o fracaso de la empresa.

Factores Socioculturales.

En este aspecto se engloban principalmente los factores que están relacionados con las características básicas que tiene la sociedad en cuanto a sus preferencias, gustos y hábitos de consumo; motivos importantes en la toma de decisiones para elegir un establecimiento o servicio.

El interés que muestra la comunidad por un nuevo emprendimiento, especialmente en la ciudad de Cuenca, donde sus habitantes buscan la innovación de servicios y productos es un tema

importante a tratar, basados en la expectativa que causa la apertura de un local nuevo que se ha ido promocionando con antelación; todo esto refleja un interés que se va desarrollando con una acertada realización de actividades y oferta de productos y servicios en el establecimiento, lo que en teoría logra una fidelización de los clientes.

La demanda que tienen los consumidores que hoy en día se han vuelto más exigentes en cuanto a recibir productos y servicios que sean de calidad junto con las cambiantes necesidades que tiene el cliente en general, ocasiona que la empresa esté siempre a la vanguardia en servicio y calidad de sus productos generando un reto y un compromiso permanente de sus colaboradores.

Factores Tecnológicos.

Las tendencias que se dan en el área de sistemas informáticos y nuevas tecnologías en un mundo donde prima el desarrollo digital ha generado una nueva era de innovación virtual a tener en cuenta dentro de las empresas.

En búsqueda de estar a la vanguardia en el ámbito tecnológico, los establecimientos crean la necesidad de generar nuevos sistemas digitales que les ayuden a desarrollar sus actividades y faciliten el proceso de venta a través de varias aplicaciones (apps), usadas para gestionar, promocionar, vender y generar cobros directamente en estas plataformas tecnológicas. Estas son herramientas indispensables en el desarrollo de las actividades de un establecimiento.

De igual manera, un factor fundamental en la promoción de servicios es el manejo de redes sociales dentro de una plataforma; para este proceso es indispensable trabajar a través de un community manager (administrador de la comunidad) que impulse el negocio del establecimiento.

ANÁLISIS FODA DEL ESTABLECIMIENTO CREAM COFFEE DE LA CIUDAD DE CUENCA



Imagen 11: Análisis FODA Cream Coffee. Fuente: Elaboración propia

Proceso 5: Identificar qué proceso está directamente relacionado o en contacto con el cliente

Para este proceso se ha tenido que jerarquizar aquellos departamentos que están directamente en contacto con el cliente y aquellos que no tienen mayor relación con una oferta de servicio directo al cliente.

Basados en el organigrama de la empresa, aquellos departamentos o áreas que tiene una relación directa y en muchos casos permanente con el cliente son los siguientes procesos:

LÍDER DE SERVICIO: Es aquel colaborador que se encarga de coordinar las acciones entre los meseros y demás departamentos que requieran para el servicio eficaz y eficiente dentro del salón donde se sirven los alimentos.

MESEROS: Son aquellos empleados que atienden directamente al cliente en las mesas; usualmente son quienes se encargan de tomar el pedido y llevar los alimentos preparados a cada comensal dentro de la cafetería.

CAJEROS: Es la persona que se encuentra en Caja y su responsabilidad es el cobro de las cuentas que se hayan generado por el consumo de los clientes. En la cafetería existe una persona por turno con esta responsabilidad.

En las otras áreas o departamentos se mantiene poco o nulo contacto con el cliente; sin embargo, en la barra de alimentos, barismo y coctelería es muy ocasional este contacto, por lo tanto, el manual también será destinado para que sea interpretado por aquellos empleados que trabajan en estas zonas de la cafetería.



Imagen 12: Organigrama Cream Coffee y jerarquización de áreas en contacto con clientes. Fuente: elaboración propia

Proceso 6: Determinar a través de encuestas de satisfacción los aspectos clave que requieran de cambios.

Basados en la necesidad de implementar una carta de comentarios dentro del establecimiento, se han realizado encuestas a lo largo de 3 semanas para determinar el nivel de satisfacción que tienen los clientes que han visitado la cafetería Cream Coffee como un proceso post servicio, en el cuál se determinan varios puntos y aspectos clave que muestran el nivel actual del servicio de varios procesos; esto puede ayudar a determinar los cambios que se podrán identificar después de la aplicación del manual de servicios en el establecimiento.

Para el efecto, se entregaron a forma de muestreo, 15 cartas de comentarios en distintos días, horas y a distintos clientes para poder identificar las falencias o fortalezas de aquellos puntos donde se requiera una verificación para generar un cambio positivo; modificación que determinará una acción que se deba llevar a cabo para la solución de conflictos o en su defecto la imagen y percepción que tienen los clientes de todo el servicio recibido.



Encuesta de satisfacción realizado a clientes de la cafetería Cream Coffee post servicio.

Por favor califica los siguientes servicios de acuerdo a tu criterio marcando con una "X" en el casillero que creas adecuado

EXCELENTE MUY BUENO BUENO REGULAR MALO

	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
El recibimiento de nuestro personal fue:					
El servicio del mesero que atendió su mesa fue:					
La rapidez con la que fueron servidos los alimentos fue:					
La calidad de los alimentos fue:					
La variedad de platillos en el menú fue:					
Las bebidas frías o calientes que fueron servidas estuvieron:					
La limpieza del local Usted la considera:					
El cierre de cuenta y cobro de servicios fue:					
La relación "calidad – precio" la considera:					
El parqueo y la accesibilidad al local fue:					

COMPAÑEROS
 SUDAMERICANO



TABULACIÓN DE DATOS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

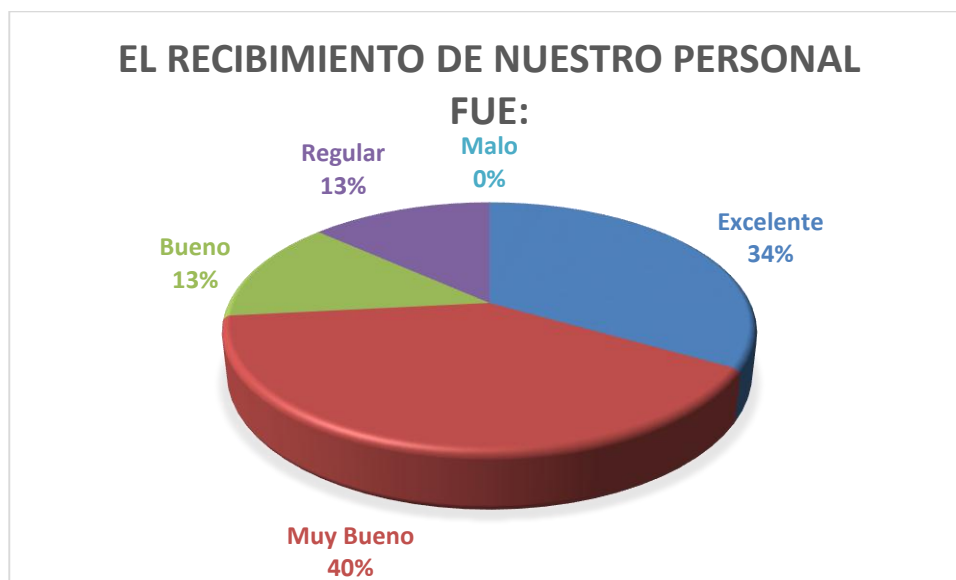


Tabla1. **Tabla #1:** Tabulación de datos de la primera pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	5	33,3%
Muy Bueno	6	40,0%
Bueno	2	13,3%
Regular	2	13,3%
Malo	0	0,0%
TOTAL	15	100,0%

En la primera pregunta realizada a los clientes, se puede determinar que en mayor porcentaje consideran que el recibimiento o bienvenida brindada por el personal es muy bueno; sin embargo, al ser la primera impresión que ellos se llevan, este porcentaje debería

incrementarse en gran medida y no sólo estar en una cifra menor al 50%, sino superar el 80% de satisfacción y representando sólo el 34% de los 15 encuestados quienes consideran como un recibimiento excelente.

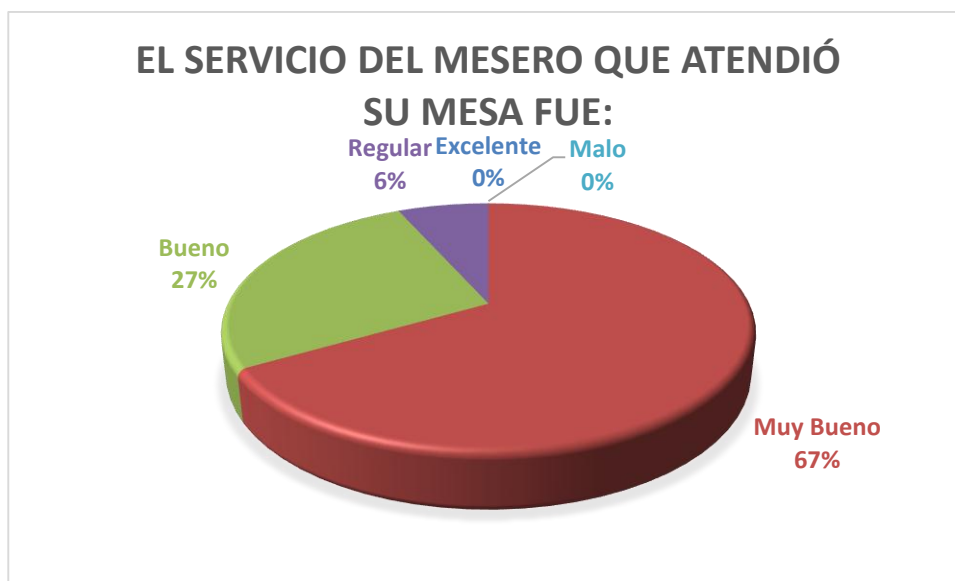


Tabla2. **Tabla #2:** Tabulación de datos de la segunda pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	0	0,0%
Muy Bueno	10	66,7%
Bueno	4	26,7%
Regular	1	6,7%
Malo	0	0,0%
TOTAL	15	100,0%

En cuanto al servicio del mesero que atienden las mesas de los clientes, 10 de los encuestados, que representan el 67% consideran que la atención fue muy buena; sin embargo, nadie la considera excelente; esto es algo que llama la atención ya que ni siquiera se están cumpliendo las expectativas que tienen los clientes, mucho menos excederlas



Tabla3. **Tabla #3:** Tabulación de datos de la tercera pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	0	0,0%
Muy Bueno	7	46,7%
Bueno	6	40,0%
Regular	2	13,3%
Malo	0	0,0%
TOTAL	15	100,0%

La tercera pregunta obedece a la rapidez con la que fueron servidos los alimentos y considerando que en una cafetería, el tiempo de elaboración de los platillos no debe exceder los estándares, ya que la complejidad en la preparación de los mismos no es demandante, 7 de los encuestados (47%) lo consideran muy bueno, seguido del 40% o 6 personas que opinaron que fue buena la rapidez con la que sus platillos fueron servidos en la mesa.

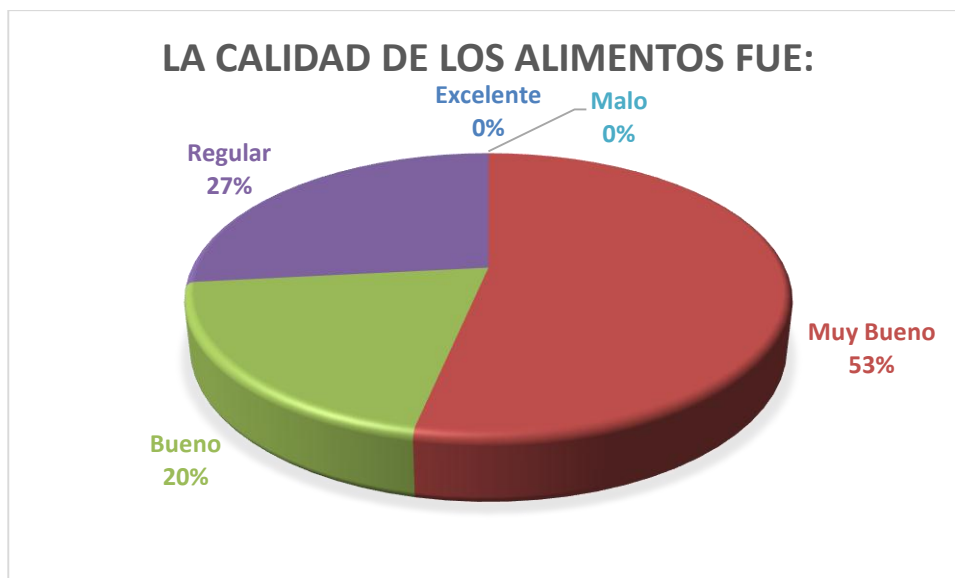


Tabla4. **Tabla #4:** Tabulación de datos de la cuarta pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	0	0,0%
Muy Bueno	8	53,3%
Bueno	3	20,0%
Regular	4	26,7%
Malo	0	0,0%
TOTAL	15	100,0%

Un factor importante que califica a un establecimiento de alimentos es la calidad de los mismos; en la cuarta pregunta que hace referencia a esto, 8 de los 15 encuestados calificaron como muy buena la calidad de los alimentos servidos; esto corresponde al 53%, seguido del 27% que lo consideran como regular y finalmente el 20% calificándolos como buenos.

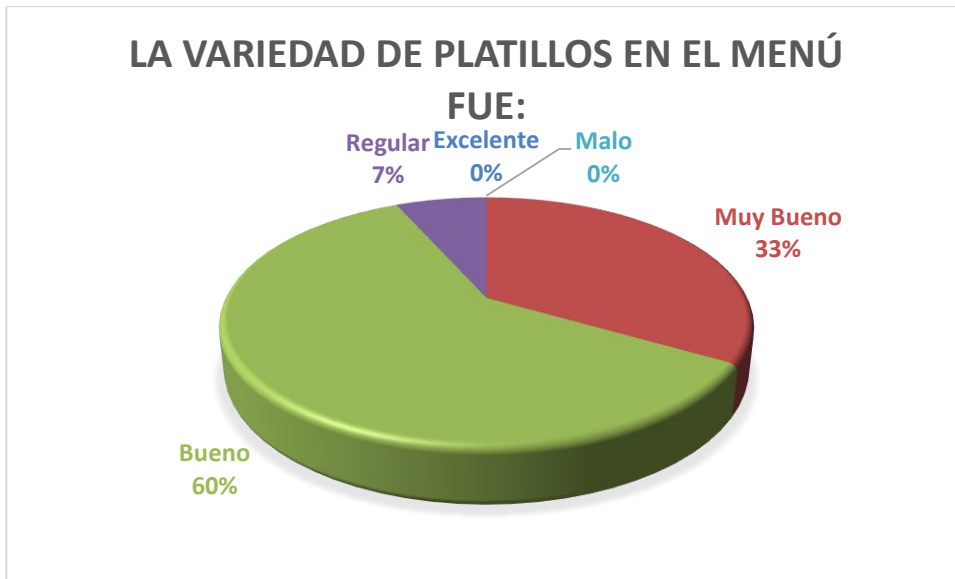


Tabla5. **Tabla #5:** Tabulación de datos de la quinta pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	0	0,0%
Muy Bueno	5	33,3%
Bueno	9	60,0%
Regular	1	6,7%
Malo	0	0,0%
TOTAL	15	100,0%

La variedad de platillos ofertados en el menú de una cafetería también es un factor importante a tomar en cuenta, considerando la variedad de gustos que existen en los comensales; en este caso, 9 clientes lo califican como buena variedad con el 60% seguido del 33,3%, quienes consideran que es muy buena la variedad ofertada, sin lograr conseguir una calificación excelente en este ámbito.

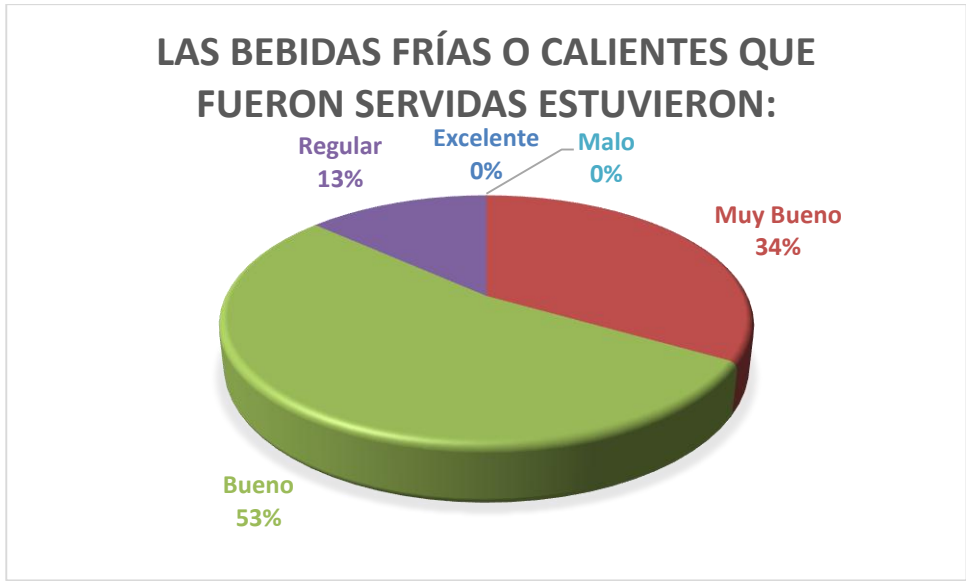


Tabla6. **Tabla #6:** Tabulación de datos de la sexta pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	0	0,0%
Muy Bueno	5	33,3%
Bueno	8	53,3%
Regular	2	13,3%
Malo	0	0,0%
TOTAL	15	100,0%

Las bebidas, tanto frías como calientes van muy relacionadas con el resto de alimentos que se sirven en la mesa de los clientes; en la sexta pregunta, 8 de los 15 clientes encuestados las calificaron como buenas con un 53,3% y el 33,3% (5 encuestados) lo puntuaron como muy buenas.

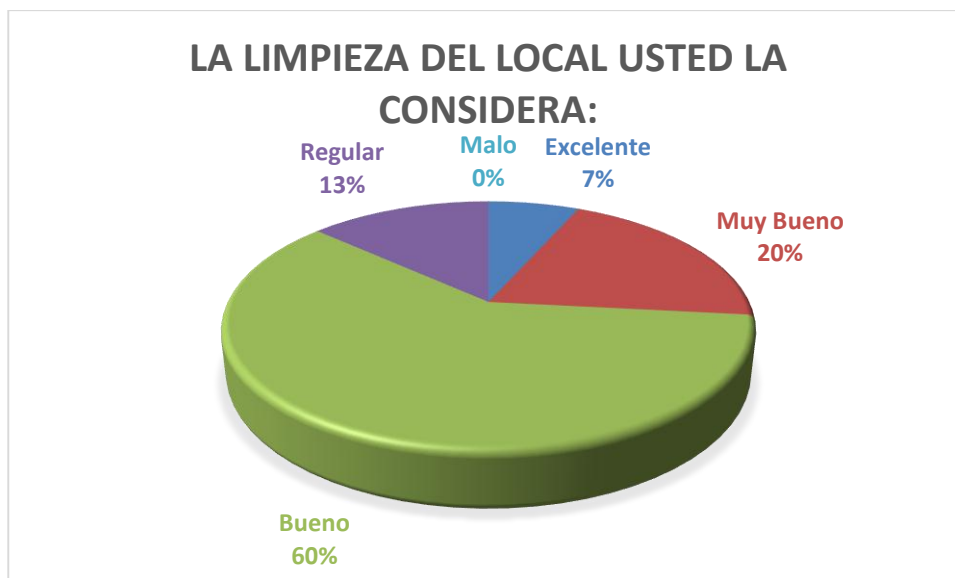


Tabla7. **Tabla #7:** Tabulación de datos de la séptima pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	1	6,7%
Muy Bueno	3	20,0%
Bueno	9	60,0%
Regular	2	13,3%
Malo	0	0,0%
TOTAL	15	100,0%

La limpieza y pulcritud que debe exhibirse en cualquier establecimiento de comidas, es sumamente importante, pues ello refleja muchos otros aspectos que podrán enaltecer o simplemente desmerecer la reputación del lugar, junto con otros aspectos. En la cafetería Cream Coffee, todavía nadie considera como excelente la limpieza, 9 personas la consideran como buena, 3 como muy buena y lo que hay que considerar es que 2 personas la consideraron como regular, siendo esto un llamado de atención en este aspecto.

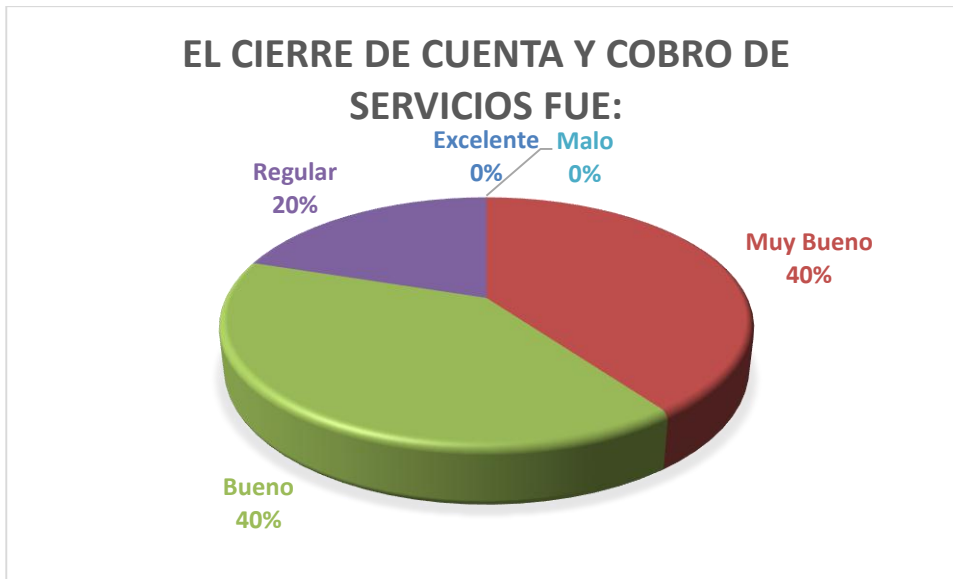


Tabla8. **Tabla #8:** Tabulación de datos de la octava pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	0	0,0%
Muy Bueno	6	40,0%
Bueno	6	40,0%
Regular	3	20,0%
Malo	0	0,0%
TOTAL	15	100,0%

El cierre de cuenta y el cobro de servicios que se generan posterior al servicio de alimentos y en el momento en el que los clientes están prestos a retirarse del local también es un factor a tomar en cuenta para no empañar el resto de servicios anteriormente ofertados. En este caso, lo consideran por igual un cierre de cuenta muy bueno con 6 clientes que así lo percibieron y con otros 6 que lo calificaron de bueno, seguido de regular con 3 clientes.

LA RELACIÓN “CALIDAD – PRECIO” LA CONSIDERA:

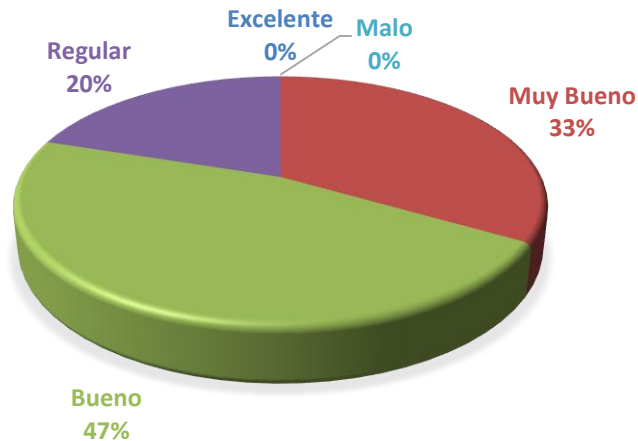


Tabla9. **Tabla #9:** Tabulación de datos de la novena pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	0	0,0%
Muy Bueno	5	33,3%
Bueno	7	46,7%
Regular	3	20,0%
Malo	0	0,0%
TOTAL	15	100,0%

La relación “calidad–precio” en los servicios ofertados por la cafetería es la percepción que tienen los clientes con respecto a su criterio de vale lo que se paga, ya sea por la calidad de servicio como por los platillos recibidos. En este ámbito, 47% de los encuestados califican a Cream Coffee como buena, representando el 46,7%, seguido de muy bueno con 5 encuestados (33,3%) pero nadie aun considera este factor como excelente.

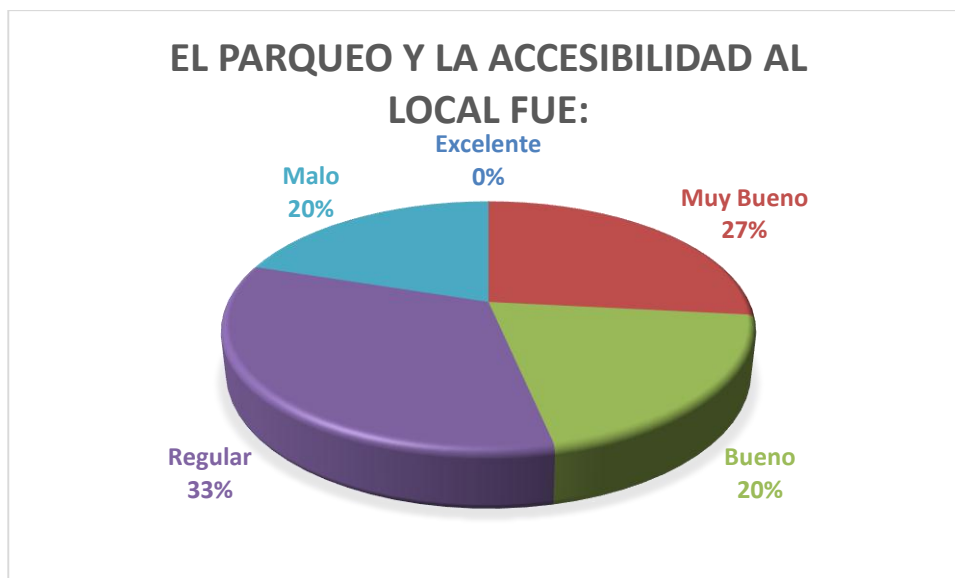


Tabla10. **Tabla #10:** Tabulación de datos de la décima pregunta. **Fuente:** elaboración propia

RESPUESTAS	ENCUESTADOS	%
Excelente	0	0,0%
Muy Bueno	4	26,7%
Bueno	3	20,0%
Regular	5	33,3%
Malo	3	20,0%
TOTAL	15	100,0%

En la décima y última pregunta, se planteó sobre el parqueo y la accesibilidad que tiene los clientes al momento del ingreso al establecimiento, sin embargo, el 33,3% de los encuestados lo consideran como regular y el 26,7% lo califican como muy bueno; este es un factor que se debe estudiar más a fondo para determinar el incremento en la satisfacción de la mayoría de clientes que visitan el establecimiento.

Proceso 7: Generar los cambios que se requieren hacer de cada proceso basados en los resultados obtenidos

Las cartas de comentarios o encuestas de satisfacción son un indicador clave para determinar los aspectos que han sido considerados como satisfactorios y no satisfactorios para el cliente; es por esta razón que tras la tabulación de resultados obtenidos se han determinado los cambios que deben generarse en aquellos procesos o áreas que presentan algún tipo de observación y que tienen calificaciones dentro de Bueno, Regular y Malo.

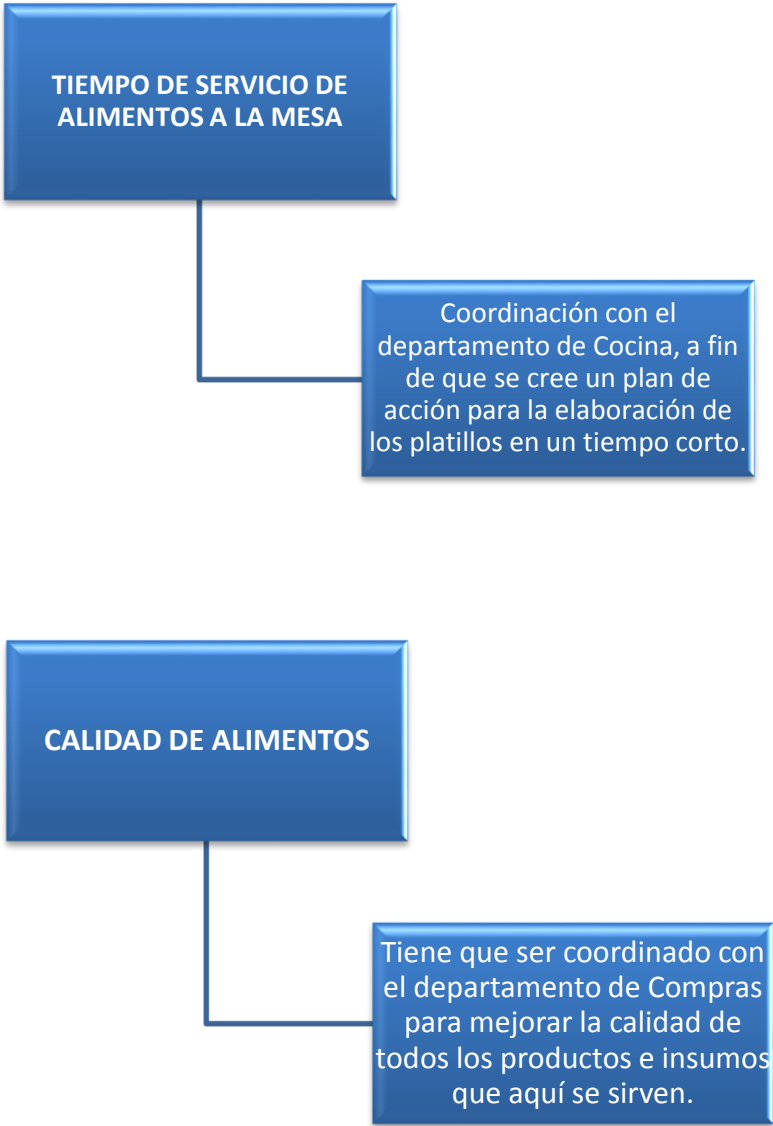
Los cambios que se realicen, tienen un efecto positivo en las nuevas experiencias de los clientes, así como en la reputación del establecimiento que conlleva a una fidelización acertada de sus visitantes y un desarrollo económico reflejado en su rentabilidad, fácilmente medible en los resultados obtenidos en las ventas de un período determinado y en la satisfacción de los mismos, identificable a través de nuevas encuestas de satisfacción que se hagan posterior a los cambios generados.

Para el efecto, se ha dispuesto tratar en primera instancia de organizar la información obtenida de los procesos con sus distintas actividades; mismas que tras el proceso de tabulación de resultados de la percepción que tienen los clientes, se definieron las nuevas actividades a realizar, principalmente en los procesos o áreas que tiene contacto directo con el cliente.

ACTIVIDADES CON ÍNDICE DE SATISFACCIÓN POR MEJORAR			
ACTIVIDAD	BUENO	REGULAR	MALO
TIEMPO DE SERVICIO DE ALIMENTOS A LA MESA	40%	13%	0%
CALIDAD DE ALIMENTOS	20%	27%	0%
VARIEDAD DE PLATILLOS	60%	7%	0%
BEBIDAS SERVIDAS A LA MESA	53%	13%	0%
LIMPIEZA DEL LOCAL	60%	13%	0%
CIERRE DE CUENTA	40%	20%	0%
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO	47%	20%	0%
PARQUEO Y ACCESIBILIDAD	20%	33%	20%

Proceso 8: Incrementar las actividades que se requieran para garantizar calidad de servicio.

Todas las actividades que se tengan que incrementar serán debidamente detalladas para mejorar la calidad de los servicios y productos ofertados; todo de acuerdo a la estandarización de procesos que se deban ejecutar para la satisfacción de los clientes y cumplimiento de proyecciones.



VARIEDAD DE PLATILLOS

Este es un factor que podría modificarse o incrementarse en variedad de acuerdo a lo estipulado por la Administración General y bajo un estudio previo.

BEBIDAS

Se deberá coordinar con el departamento de Cocina y los encargados de Barismo para mejorar la calidad de bebidas tanto frías como calientes.

LIMPIEZA DEL LOCAL

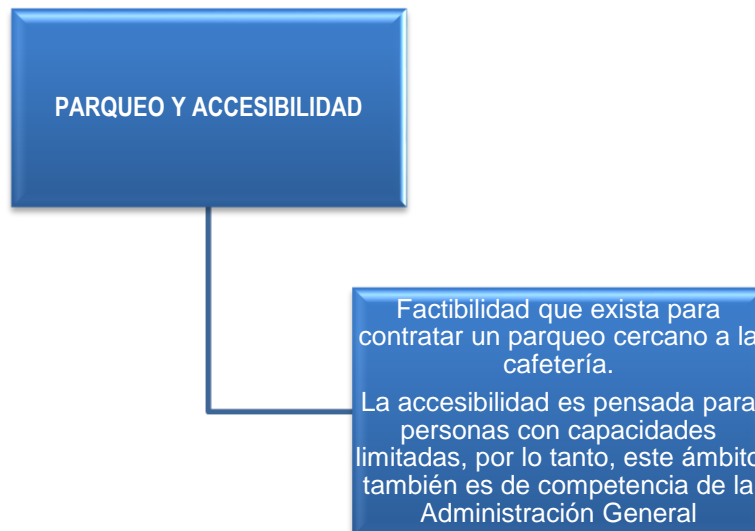
Compete a los meseros, cajeros y personal de limpieza de turno; considerar que la limpieza inmediata de las mesas, así como del piso en las áreas de servicio

CIERRE DE CUENTA

Esta actividad asignada a los cajeros está en coordinación con las labores que cumplen los meseros, misma que obedece a requerimientos de los clientes para generar facturas, cargo de ítems en el sistema, entre otras.

RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

Esto es netamente de la competencia de Administración para considerar este aspecto.



Proceso 9: Valorar el funcionamiento de las actividades insertadas en cada proceso

Para realizar una valoración de todas las actividades que han sido insertadas en cada proceso es necesario calificarlas de acuerdo a su importancia; ya que de esto dependerá la premura con la que se deba lanzar el plan de acción sobre cada actividad dentro del proceso de desempeño diario de servicio.

MESEROS			
ACTIVIDAD:	CATEGORIZACIÓN		
	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE
Uso correcto de uniformes y apariencia personal en el área de trabajo			
Correcta bienvenida y asignación de mesa a clientes			
Toma de pedidos en mesa			
Servicio de alimentos			
Ingreso de pedidos realizados por los clientes en el sistema			
Supervisar las labores de los meseros y cajeros			
Coordinar las labores entre los procesos de servicio			
Asistencia de requerimientos adicionales de los clientes			
Entrega de cuenta y factura a los clientes			
Facturación			
Cuadre de caja			
Fidelización de clientes			

Los meseros, al ser el personal que más contacto directo tiene con los clientes, es de principal importancia que sepan acerca de las funciones de los demás procesos con el fin de que el servicio en ningún momento se vea interrumpido por alguna circunstancia ajena a su propio proceso. Es por ello que se enfatiza en una capacitación de todas las áreas de servicio de la cafetería al personal de meseros.

CAJERO

ACTIVIDAD:	CATEGORIZACIÓN		
	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE
Uso correcto de uniformes y apariencia personal en el área de trabajo			
Correcta bienvenida y asignación de mesa a clientes			
Toma de pedidos en mesa			
Servicio de alimentos			
Ingreso de pedidos realizados por los clientes en el sistema			
Supervisar las labores de los meseros y cajeros			
Coordinar las labores entre los procesos de servicio			
Asistencia de requerimientos adicionales de los clientes			
Entrega de cuenta y factura a los clientes			
Facturación			
Fidelización de clientes			
Cuadre de caja			

Los cajeros tienen la responsabilidad exclusiva de las cuentas generadas en el turno de servicio; por lo tanto, la aplicación de aptitudes del personal en este proceso es fundamental.

LÍDER DE SERVICIO

ACTIVIDAD:	CATEGORIZACIÓN		
	MUY IMPORTANTE	IMPORTANTE	POCO IMPORTANTE
Uso correcto de uniformes y apariencia personal en el área de trabajo			
Correcta bienvenida y asignación de mesa a clientes			
Toma de pedidos en mesa			
Servicio de alimentos			
Ingreso de pedidos realizados por los clientes en el sistema			
Supervisar las labores de los meseros y cajeros			
Coordinar las labores entre los procesos de servicio			
Asistencia de requerimientos adicionales de los clientes			
Entrega de cuenta y factura a los clientes			
Facturación			
Fidelización de clientes			
Cuadre de caja			

El líder de servicio deberá tener gran parte de responsabilidad con las actividades y personal a su cargo para que se puedan coordinar labores entre todos los departamentos del establecimiento.

ELABORACIÓN DEL MANUAL DE PROCESOS DE CALIDAD DE LA CAFETERÍA

Proceso 10: Determinar y ordenar por actividades cada proceso de la cafetería

El enfoque en aquellos procesos que tienen un contacto directo con el cliente, es fundamental para determinar los cambios que tienen que realizarse y en los que se prestará especial atención al momento de la elaboración del manual, ya que estos procesos son los que van relacionados y totalmente vinculados con el nivel de servicio ofertado, en donde los clientes enfocan sus expectativas para que las mismas sean cumplidas o excedidas.

Cada actividad detallada en su respectivo proceso ha sido plenamente estudiada para que, tras su ejecución, los resultados de satisfacción de los clientes sean los óptimos y con ello las expectativas que tienen los mismos, no sólo sean cumplidas sino excedidas; para el efecto, se pretende lanzar un plan piloto de capacitación, que en coordinación con la administración general se pueda ejecutar en un plazo determinado.

ACTIVIDADES DE MESEROS	
M.1	UNIFORMES
M.2	BIENVENIDA
M.3	TOMA DE PEDIDO
M.4	SERVICIO DE ALIMENTOS
M.5	ASISTENCIA A CLIENTES
M.6	ENTREGA DE CUENTA Y FACTURA

ACTIVIDADES DE CAJEROS	
C.1	UNIFORMES
C.2	INGRESO DE PEDIDOS
C.3	FACTURACIÓN
C.4	CUADRE DE CAJA

ACTIVIDADES DE LÍDER DE SERVICIO	
L.1	UNIFORMES
L.2	BIENVENIDA
L.3	ASIGNACIÓN DE MESA
L.4	SUPERVISAR A MESEROS Y CAJEROS
L.5	COORDINAR LABORES ENTRE PROCESOS
L.6	ASISTENCIA A CLIENTES
L.7	FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

Proceso 11: Detallar las actividades a realizar punto por punto en cada proceso

ACTIVIDADES DE MESEROS

M.1 .- Uniformes y Apariencia personal

- Los meseros deberán estar en su puesto de trabajo con el uniforme oficial.
- Las uñas deberán estar bien cortadas y limpias.
- El afeitado en los hombres deberá ser diario.
- Se podrá utilizar colonia o perfume siempre y cuando sea en cantidades moderadas.
- El aseo personal deberá ser considerado prioridad dentro del local.

M.2 .- Bienvenida a los clientes.

- Los meseros y/o jefe de piso de turno serán los encargados de velar por la bienvenida de los clientes, para lo cual se procurará recibirlos en la puerta del establecimiento; esto es indistinto para un mesero en específico sino para quién esté más cerca de la puerta al momento del ingreso de los clientes a la cafetería.
- Siempre con una sonrisa se deberá mencionar la frase “*bienvenidos a Cream Coffee, pasen por favor, están su casa.* De esta forma se crea un vínculo de servicio personalizado con el cliente.
- Si el mesero o jefe de piso que dio la bienvenida está sirviendo en otra mesa, se encargará de solicitar el apoyo a otro mesero para que atiendan de inmediato en la asignación de una mesa a los clientes recién llegados.

M.2.1 .- Asignación de mesa

- El mesero encargado o asignado para asistir a los clientes deberá presentarse e indagar si tienen reserva bajo la siguiente frase: *Buenos días / tardes / noches, mi nombre es “Michelle”, ¿tienen Ustedes reserva o gustaría que les*

asignemos una mesa?

- Cuando se conoce el nombre del cliente: *Buenos días / tardes / noches, Sr. / Sra. "Gómez", ¿tienen Ustedes reserva o gustaría que les asignemos una mesa?*
- Si los clientes tienen reserva, se los acompaña a la mesa asignada, si no tienen reserva se solicita preferencias para una mesa en un área específica, considerando el número de comensales que ha ingresado en ese momento.
- Ofrecer el asiento en primera instancia a la mujer o mujeres que han sido asignadas a esa mesa, retirando la silla y permitiendo que esta persona tome asiento.
- Una vez que todos los clientes estén situados en sus respectivos asientos, se deberá mencionar: *"Bienvenidos nuevamente, el menú de nuestra cafetería es virtual, pueden escanear el código QR que está situado en cada mesa directamente con sus dispositivos móviles y enseguida estaré con Ustedes para tomarles su orden."*

M.3 .- Toma de pedidos

- Al momento de tomar un pedido, el mesero deberá situarse sin dar la espalda a nadie de esa mesa; además deberá ser cauteloso con los detalles que cada cliente solicita.
- Se solicitarán los nombres de cada cliente de la siguiente manera: *"Por favor, ¿me puede indicar su nombre para personalizar el vaso de su bebida?"* con esto se anotan los nombres y si es necesario repetirlos, se lo puede hacer para constancia de escritura correcta.
- Finalmente se repite el pedido solicitado cuidando cada detalle para asegurar un servicio de alimentos de acuerdo a lo requerido por cada cliente.
- Pasar el pedido a la cocina con todas las especificaciones requeridas por el cliente para que se comiencen a preparar los alimentos.

M.4 .- Servicio de alimentos a la mesa

- Mientras los alimentos están siendo preparados, el mesero a cargo de la atención en la mesa, deberá colocar el individual y toda la cubertería a cada persona, para ello se debe considerar la forma apropiada de ubicación de cada cubierto sobre el individual mientras en forma opcional (sólo si la situación así lo amerita) se puede entablar una ligera conversación con el cliente para afianzar el vínculo de servicio; por ejemplo: *“Que gusto tenerlos con nosotros; ¿es primera la vez que nos visitan?”*, etc. Y finalmente se debe exclamar la siguiente frase: *“Enseguida les sirvo sus alimentos.”*
- Una vez que los alimentos estén listos para ser servidos, se debe tener extrema cautela en colocar el pedido de acuerdo a lo solicitado por cada cliente según corresponda frente a ellos.
- Al término del servicio de alimentos, el mesero a cargo deberá preguntar si su pedido está de acuerdo a lo solicitado para poderse retirar deseando buen provecho a los clientes y recordando el nombre del mesero: *“¡Buen provecho!, recuerden que mi nombre es Michelle y estoy a sus servicios”*.

M.5 .- Asistencia a Clientes

- Durante el tiempo en que los clientes han comenzado ya a servirse los alimentos, el mesero se deberá acercar una última vez con prudencia y preguntar: *“¿Cómo están sus alimentos, quizás desean algo adicional a su orden?”*. Si algún cliente solicita algo adicional, atender este requerimiento de inmediato.

M.6 .-Entrega de cuenta de consumos al cliente

- Si el cliente solicita que sea pasada la cuenta de consumos directamente a la mesa, el mesero recibirá del cajero la precuenta impresa con todos los consumos correctamente detallados y en un porta vouchers deberá entregar en la mesa junto con un esfero y preguntar si la factura de consumos debe salir con alguna razón social y datos; mientras tanto, el mesero estará situado a una distancia prudente de la mesa para recibir nuevamente la documentación para finalmente entregar al cajero para que genere el

cobro.

- Una vez recibido el pago por parte del mesero; se entregará todo nuevamente al cajero para la impresión de factura y cobro respectivo, ya sea con tarjeta o en efectivo y se entregará en el mismo porta vouchers el cambio de efectivo, la factura y la tarjeta de crédito o débito (en el caso que aplique).
- Cuando los clientes se levanten, el jefe de piso o mesero deberá acompañarlos hasta la puerta del local y desearles un pronto regreso con la siguiente frase: *“Gracias por habernos preferido, esperamos verlos pronto”*.
- El mesero de inmediato deberá encargarse de recoger la mesa, limpiarla y sanitizarla para que esté lista para un nuevo servicio. Por ningún motivo se deberá dejar la mesa sucia ni por un momento.

ACTIVIDAD DE CAJEROS

C.1 .- Uniformes y apariencia personal

- Los cajeros deberán estar en su puesto de trabajo con el uniforme oficial.
- Las uñas deberán estar bien cortadas y limpias.
- El afeitado en los hombres deberá ser diario.
- Se podrá utilizar colonia o perfume siempre y cuando sea en cantidades moderadas.
- El aseo personal deberá ser considerado prioridad dentro del local.

C.2 .-Ingreso de pedidos en el sistema.

- El Cajero de turno deberá ingresar los pedidos realizados por los clientes en el sistema, asignando el mesero y el número de mesa respectivo y mantener especial atención en más requerimientos que se generen en el proceso de servicio y atención.

- Las precuentas entregadas por los cajeros serán el único respaldo de consumo generado y reportado al sistema; por lo tanto, es responsabilidad exclusiva del cajero la toma adecuada de pedidos antes del ingreso al sistema que lo generará el cajero.

C.3 .-Facturación

- Al momento de generar una factura, el Cajero cargará única y exclusivamente los detalles de consumo reportados por el mesero; para lo cual, una vez solicitada la factura por parte de los clientes, el mesero deberá verificar los cargos junto con el cajero y se ingresará todo en el sistema de facturación.
- Los datos del cliente que ingresará el cajero en el sistema de facturación serán de responsabilidad del cajero el haberlos tomado; para lo cual, se cargarán todos los consumos y se imprimirá la factura final para que la misma sea entregada al cliente.

C.4 .- Cuadre de caja diario

- Al finalizar el turno y siempre y cuando ya no existan clientes en mesa con facturación pendiente, se podrá proceder a generar el cuadre de caja junto con el Jefe de Piso, donde se verificarán consumos, facturas, faltantes y excedentes de caja.
- En el caso de que existan faltantes en el turno, se deberá verificar nuevamente los ingresos y egresos en el turno para verificar detalles de consumos. Si no se ha justificado el faltante, se deberá generar un reporte para que el valor sea devuelto o en su defecto descontado en rol de pagos.
- Si existiera un excedente de dinero posterior a la verificación de cuentas, este valor se lo deberá reportar y guardar para entregar directamente al Contador General, quien en coordinación con Administración decidirá el proceso de estos valores.

ACTIVIDAD DE LÍDER DE SERVICIO

L.1 .- Uniformes y apariencia personal

- El Líder de servicio deberá estar en su puesto de trabajo con el uniforme oficial.
- Las uñas deberán estar bien cortadas y limpias.
- El afeitado en los hombres deberá ser diario.
- Se podrá utilizar colonia o perfume siempre y cuando sea en cantidades moderadas.
- El aseo personal deberá ser considerado prioridad dentro del local.

L.2 .- Bienvenida a los clientes.

- El Líder de servicio de turno será el encargado de velar por la bienvenida y asesoría de los clientes, para lo cual se procurará recibirlos en la puerta del establecimiento; si el líder de servicio está ocupado con más clientes, será un mesero quién tome estas responsabilidades inicialmente al momento del ingreso de los clientes a la cafetería.
- Siempre con una sonrisa se deberá mencionar la frase "*bienvenidos a Cream Coffee, pasen por favor, están su casa.* De esta forma se crea un vínculo de servicio personalizado con el cliente.

L.3 .- Asignación de mesa.

- El Líder de servicio de turno sugerirá la asignación de una mesa acorde a los requerimientos del cliente y/o número de personas que lo acompañan, caso contrario direccionará con un mesero esta labor para iniciar con el servicio directo.

L.4 .- Supervisión de labores

- El Líder de servicio será el encargado de brindar una constante asesoría a los clientes en el caso que así lo requieran y si el mesero no se encuentra directamente en la mesa donde la solicitan.
- El Líder de servicio ejecutará todas las labores de *Maître* dentro de la cafetería; esto incluye funciones de organización, planificación y dirección de las tareas que se desarrollan en el servicio de sala.
- En todo momento el Líder de servicio será el encargado de velar que los platillos sean servidos inmediatamente cuando son entregados por cocina para el efecto.
- El Líder de servicio puede hacer las actividades que ejecuta un mesero si así el caso lo amerita; principalmente el de ayudar a ofrecer el asiento en primera instancia a la mujer o mujeres que han sido asignadas a esa mesa, retirando la silla y permitiendo que esta persona tome asiento; esto se puede hacer conjuntamente con el mesero asignado a la mesa.
- La supervisión y el control del personal como meseros y cajeros también estará a cargo del Líder de servicio, por lo tanto, todo reporte deberá ser inmediatamente notificado conforme lo establece el reglamento interno.

L.5 .- Coordinar labores entre los procesos de servicio

- El Líder de servicio estará pendiente de la correcta coordinación entre los departamentos involucrados en el servicio; supervisar el salón para la llegada de clientes, coordinar labores de limpieza en todo momento, revisar platillos existentes y faltantes en coordinación con la cocina principal y dar a conocer novedades a todo el equipo.
- El Líder de servicio será el encargado de velar para que cada proceso que esté relacionado con el servicio directo al cliente tenga los insumos necesarios antes y durante su jornada de trabajo, con el fin de garantizar el desarrollo normal de la operación en el establecimiento.
- El Líder de servicio será el encargado de supervisar el correcto uso de uniformes y apariencia personal de todo el equipo de trabajo.
- Finalmente será quien se encargue de anotar cualquier novedad que se haya

dado en los procesos en el libro de reportes diario.

L.6 .- Asistencia y Fidelización de clientes

- El Líder de servicio tiene la responsabilidad de generar un acercamiento directo con los clientes para lograr una fidelización a través de la indagación sobre la calidad del servicio otorgado.
- El Líder de servicio podrá mantener una cartera de clientes con la cual se podrán realizar acercamientos para dar a conocer promociones o publicitar servicios del establecimiento.

L.7 .- Cuadre de caja diario

- El Líder de servicio tiene la importante labor de realizar el cuadre de caja diario al turno saliente y en presencia de los cajeros, tanto del turno saliente como del turno entrante para evitar faltantes de caja y en el caso que los hubiere, generar el reporte y un voucher por el valor pendiente con la firma de responsabilidad del Cajero que tuvo dicho faltante para su respectiva reposición o descuento.

Proceso 12: Diseño de portada y Contraportada del manual

Para el diseño de la portada y contraportada se han considerado utilizar los colores predominantes en su identidad corporativa que, junto con la aplicación autorizada de su logotipo, muestra un enfoque atractivo y a la vez formal del manual.



Figura 12: Diseño de portada del manual. Fuente: Elaboración propia

THE CREAM COFFEE

experience

Proyecto de titulación presentado por:
Michelle Ruíz Cedillo

V.1.0



TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS
2023

Figura 13: Diseño de contraportada del manual. Fuente: Elaboración propia

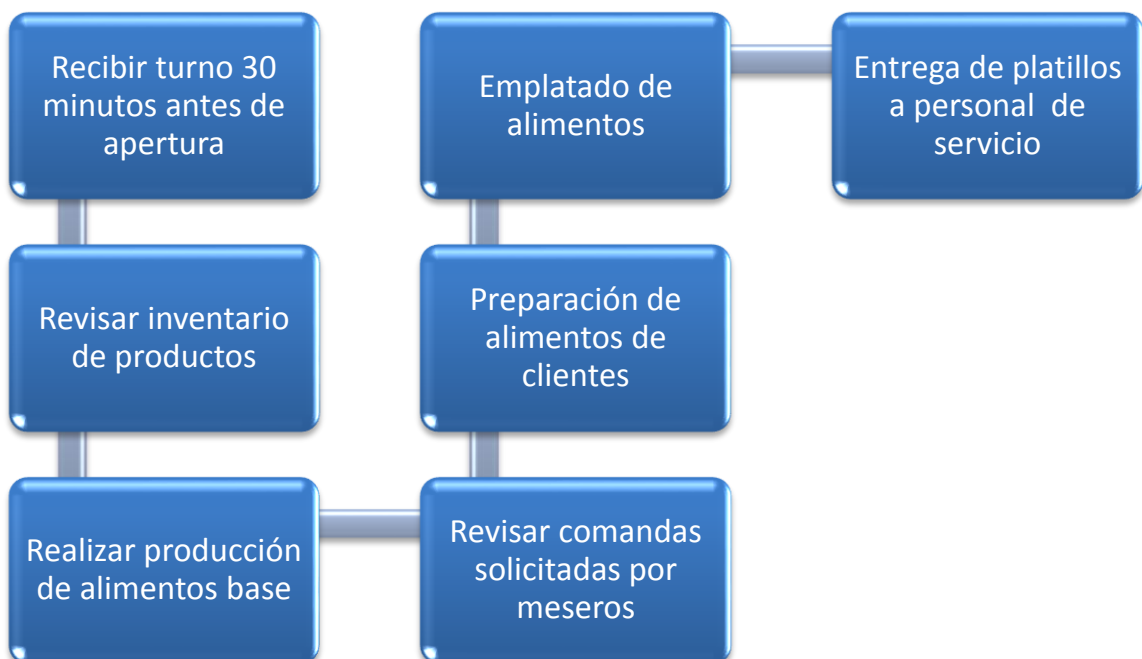
Proceso 13: Incluir toda la información recopilada en el proceso

Para este proceso se ha considerado también, a través de la realización de un flujograma a aquellos procesos con sus respectivas actividades; mismas que aportan significativamente al desarrollo del proceso de servicio.

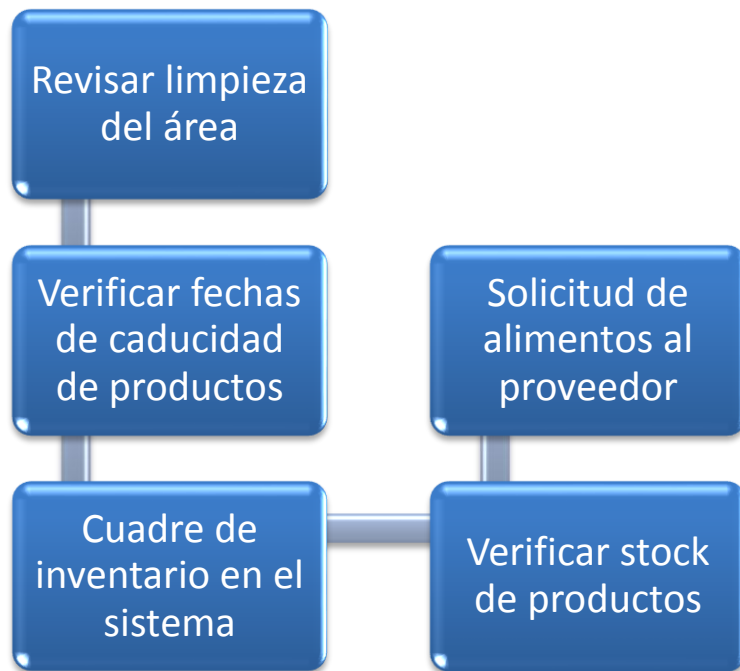
ACTIIVIDADES GENERALES LIDER DE BARISMO



ACTIVIDADES GENERALES PERSONAL DE COCINA



ACTIVIDADES GENERALES LIDER DE COCINA



ACTIVIDADES GENERALES DE PERSONAL DE SERVICIO



CONCLUSIONES

En el proceso de realización de este proyecto que refiere a la creación de un manual de procesos de calidad para las prácticas en servicio y atención al cliente, se ha podido evidenciar que, basados en la información obtenida en el estudio de campo, los procesos que al momento se ejecutan en la cafetería Cream Coffee de la ciudad de Cuenca tienen algunas falencias en cuanto a la calidad de servicio se refiere; es así que la implementación de nuevas actividades que sean estandarizadas en cada una de estas áreas arrojaría resultados positivos para la empresa y sus empleados.

Para levantar la información de los procesos que maneja la cafetería mediante la metodología PEST, se pudo determinar que todos aquellos factores que puedan influir en el correcto desarrollo de un negocio, son necesarios de tomarlos en cuenta previo al inicio de cualquier actividad económica. La aplicación de encuestas de satisfacción a los clientes que visitaron el establecimiento en la ciudad de Cuenca, fue clave para determinar cada una de estas falencias y programar un plan de acción con nuevas actividades que se puedan poner en marcha para el cambio de percepción y en definitiva el cambio de servicio que se estaba entregando a los comensales hasta ese momento; por lo tanto, en este aspecto se ha dado cumplimiento en la toma de nuevas acciones dentro del proyecto de mejoras de la cafetería.

Al clasificar la información obtenida del establecimiento Cream Coffee en el desarrollo de este proyecto, se pudieron evidenciar los procesos falentes y el incremento de actividades requeridas para brindar un correcto servicio, considerado como un efecto diferenciador de otras cafeterías y que con ello se logre un desarrollo económico tanto para los dueños del establecimiento como para sus empleados. Esta clasificación de datos logró cumplir con su cometido para poder incrementar o modificar acciones que permitan brindar un servicio de calidad dentro de la empresa.

Finalmente para la creación de un Manual de Procesos de Calidad, se tomó en cuenta cada actividad planteada en el mismo para incrementar el nivel de servicio, distinto al que actualmente se ofrece, es primordial que tenga que ser familiarizado entre los colaboradores de la empresa con el fin de que la estandarización de actividades consideradas en las buenas prácticas y protocolo de servicio de un establecimiento de alta categoría sea el objetivo planteado al que se pretenda llegar con respecto a satisfacción de sus visitantes, enfocados en ofrecer una

experiencia gastronómica y de servicio, sin dejar de lado la identidad propia de la empresa como marca ya establecida a lo largo de estos años. Este manual, por último, pero no menos importante que el resto de conclusiones, ha permitido que los empleados y nuevos colaboradores puedan basarse en un esquema lógico de calidad al brindar su servicio en la cafetería.

RECOMENDACIONES

La implementación de un manual de procesos de calidad en este establecimiento, es uno de los factores que se deben considerar familiarizar a la brevedad con todos los colaboradores el establecimiento, así mismo, este proyecto como manual, debería ser replicado en los establecimientos de servicio en general con el afán de que se pueda ofertar, más que un producto o un servicio, una verdadera experiencia en todo sentido; todo esto bajo la puesta en marcha de capacitaciones y evaluaciones al personal como una planificación calendarizada dentro de la empresa en cada uno de los procesos.

Tras el análisis PEST realizado para este caso; se detectaron algunas falencias principalmente en el sentido de apoyo gubernamental para los emprendimientos, las exigencias determinadas por parte de las empresas públicas limitan la generación de nuevos emprendimientos por la burocracia existente en este medio, limitando el desarrollo económico del sector. Por otra parte, el factor social también hay que considerarlo en esencia, pues depende mucho del mercado al que un nuevo negocio se enfrenta para lograr que la empresa genere un ciclo de vida del producto acorde a las planificaciones y proyecciones esperadas; yendo esto de la mano con el último factor que es el tecnológico, donde se genera el mayor potencial de atracción para clientes nuevos y una fidelización acertada de los mismos; por lo tanto, mantenerse a la vanguardia con los avances tecnológicos dentro de un negocio es vital.

Finalmente, como recomendación es el incentivar el desarrollo de actividades de buenas prácticas en servicio al cliente en establecimientos que tengan convenios con el Instituto para tener bases que sirvan de fundamento en el desarrollo profesional; esto como una materia adicional que se pueda plantear para tomarla desde los primeros ciclos, debido a la amplitud de temas que esta categoría dispone y considerando la importancia a toda índole dentro de nuestra carrera para que el mercado turístico se potencialice, independientemente del tipo de actividad; pues en todas ellas, la excelencia en la calidad del servicio debe primar.

BIBLIOGRAFÍA – WEBGRAFÍA

Aguilar, M. (2012). *Aprendizaje y Tecnologías de Información y Comunicación: Hacia nuevos escenarios educativos*. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 10(2),801-811. Recuperado <http://www.scielo.org.co/pdf/rlcs/v10n2/v10n2a02.pdf>

Arrieta, E. (2018, marzo 7). *Diferencia entre método inductivo y deductivo*. Diferenciador. Recuperado de <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>

Barcelona Culinary Hub (2022) *Funciones de un hostess*. Recuperado de: <https://www.barcelonaculinaryhub.com/blog/restaurant-host-que-es#:~:text=Un%20hostess%20de%20un%20restaurante,el%20restaurante%20en%20todo%20momento.>

Bermeo, V et all. (2014). *Manual de procedimientos operativos para restaurantes de cocina rápida*. (2018) Recuperado de: <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/2/>

Castillo, B. (2020, octubre 14). *6 tipos de métodos de investigación*. Recuperado de <https://guiauniversitaria.mx/6-tipos-de-metodos-de-investigacion/>

Fernández, A. Z. (2019, septiembre 20). *Métodos de investigación*. Recuperado de <https://www.todamateria.com/metodos-de-investigacion/>

Gastronómica Internacional (2021) *Servicio de Alimentos*. Recuperado de:
<https://gastronomicainternacional.com/articulos-culinarios/cocina/que-es-un-servicio-de-alimentos/>

Guía Técnica para la elaboración de Manuales de Procedimientos (2017) Recuperado de:
https://www.uv.mx/personal/fcastaneda/files/2010/10/guia_elab_manu_proc.pdf

León, E. et all. (2017). Manual de operaciones de Restaurantes y Cafeterías. Recuperado de: https://issuu.com/industrialojadeespeceriasile/docs/manual_de_operaciones2

Montesinos, (2019). *Métodos y Técnicas de*


Investigación Internacional. Recuperado de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos%20y%20Tecnicas%20de%20Investigacion%20Internacional%20v2.pdf>

Starbucks Coffee Company. (2017). Manual de procedimientos para verificadores e inspectores. Recuperado de:
https://cdn.scsglobalservices.com/files/program_documents/cafe_man_verinsops_esp_v5.3_102917.pdf

Taylor, S.J. y Bogdan R., (1986). *Investigación Cualitativa*. Recuperado de
<http://file:///C:/Users/User/Downloads/2574-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9360-1-10-20201226.pdf>

Vota, A. , et all. (2011). *Competencias en Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) de los estudiantes universitarios*. *Revista latina de comunicación social*, (66), 1-26. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81921340018.pdf>

ANEXOS

 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN CREAM COFFEE

TU OPINIÓN ES IMPORTANTE PARA NOSOTROS

Por favor califica los siguientes servicios de acuerdo a tu criterio marcando con una "X" en el casillero que creas adecuado

	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	MALO
El recibimiento de nuestro personal fue:		✓			
El servicio del mesero que atendió su mesa fue:		✓			
La rapidez con la que fueron servidos los alimentos fue:		✓			
La calidad de los alimentos fue:			✓		
La variedad de platillos en el menú fue:			✓		
Las bebidas frías o calientes que fueron servidas estuvieron:			✓		
La limpieza del local Usted la considera:			✓		
El cierre de cuenta y cobro de servicios fue:			✓		
La relación "calidad – precio" la considera:			✓		
El parqueo y la accesibilidad al local fue:			✓		

Gracias por tu valioso aporte; esto nos ayuda a crecer y ser mejores para ud.

THE CREAM COFFEE

Figura 14: Encuesta de satisfacción Cream Coffee. Fuente: Elaboración propia



Figura 15: Mesero Cream Coffee. Fuente: Elaboración propia



Figura 16: Personal de servicio Cream Coffee. Fuente: <https://www.instagram.com/creamcoffeec/>



Figura 17: Producto Cream Coffee. Fuente: <https://www.instagram.com/creamcoffeec/>



Figura 16: Personal de cocina Cream Coffee. Fuente: <https://www.instagram.com/creamcoffeec/>