



CARRERA DE GASTRONOMÍA

TEMA:

“PROPUESTA DE UN MANUAL DE SERVICIO PARA LA ASOCIACIÓN DE BARES Y RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE CUENCA (AREC)”

AUTOR:

:

Adriana Michelle Ramon Ríos
Verónica Isabel Rojas Criollo

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
TECNÓLOGO EN GASTRONOMÍA**

TUTOR:

- PROF. Lcdo. David Flores

CUENCA – ECUADOR, 2025

DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a **ADRIANA MICHELLE RAMÓN RIOS** y **VERÓNICA ISABEL ROJAS CRIOLLO**, 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.



www.sudamericano.edu.ec

Bolívar y Manuel Vega - San Blas (593 7) 2838323 - 2843619 0996976449

info@sudamericano.edu.ec

CARRERA DE GASTRONOMÍA
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Aprobación del Trabajo de Titulación

Doy fe que el trabajo desarrollado por las estudiantes: **ADRIANA MICHELLE RAMÓN RIOS** y **VERÓNICA ISABEL ROJAS CRIOLLO**, con el título “**PROPUESTA DE UN MANUAL DE SERVICIO PARA LA ASOCIACIÓN DE BARES Y RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE CUENCA (AREC)**”, cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,



LCDO. EDISON DAVID FLORES QUISTIAL

C.I: 0503756710



DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Nosotras, **ADRIANA MICHELLE RAMÓN RÍOS** y **VERÓNICA ISABEL ROJAS CRIOLLO**, estudiantes del **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en Gastronomía, declaró en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **“PROPUESTA DE UN MANUAL DE SERVICIO PARA LA ASOCIACIÓN DE BARES Y RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE CUENCA (AREC)”** 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 remitirse a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,



Ramon Rios Adriana Michelle

Cédula: 0107300618



Rojas Criollo Veronica Isabel

Cédula: 0105281679



DEDICATORIAS

Dedico este trabajo primeramente a mí, por todas esas caídas que al final del día se convirtieron en enseñanzas, también les dedico a todas las personas que creyeron en este ser, a mi angelito que siempre me ha guiado y creyó en mí desde el primer momento, a mi mami que nunca se a cansado de ser mi pilar, a mis amigos que probaban todos mis experimentos, a mis hermanitas y a mi padre que desde la distancia siempre ha estado presente.

Adriana Ramón Ríos

“Ha sido largo el camino, pero no me he rendido doy gracias en primer lugar a Dios por la salud, vida y la bendición de ver un día más, por la fuerza y fortaleza de seguir adelante, así también como a mis padres por su apoyo incondicional, así mismo a mi esposo por creer en mí y ser mi compañía a lo largo del camino, a mis hermanas por su ayuda y aliento que me brindan todos los días y en especial a mi hija por su comprensión y principal motor de motivación de salir adelante.”

Verónica Rojas

AGRADECIMIENTOS

Al Instituto Tecnológico Superior Sudamericano por darnos la oportunidad de ser parte de esta institución, por brindarnos el apoyo a cada momento, ya que nos enseñaron que sin esfuerzo las cosas no dan resultado, gracias por brindarnos profesores capacitados que están dispuestos a guiarnos e incentivan a seguir mejorando en todos los ámbitos y por las instalaciones propicias para el desarrollo de nuestras actividades por siempre estar pendiente de sus alumnos.

Agradecemos a todos y cada uno de los profesores que dejaron una huella imborrable en nuestras mentes y nuestros corazones, ya que cada uno de ellos nos supo tener paciencia en cada paso que se ha recorrido en este bello camino de la gastronomía y sobre todo nos han enseñado a amar lo que hacemos, a no quedarnos estancadas en el camino y seguir inventando, creando, investigando.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| RESUMEN | 1 |
| SUMMARY | 2 |
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 4 |
| Objetivo General | 4 |
| Objetivo Específico | 4 |
| Preguntas de investigación | 4 |
| Justificación | 4 |
| CAPÍTULO I: PROBLEMÁTICA | 6 |
| A. Problemática de la investigación | 6 |
| b. Antecedentes | 10 |
| CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL | 13 |
| 2.1. Marco Teórico | 13 |
| 2.1.1. Definición de un manual de procedimientos | 13 |
| 2.1.1.1. ¿Para qué es necesario un manual de procedimientos? | 14 |
| 2.1.1.2. Ventajas del manual de procedimientos | 14 |
| 2.1.1.3. Funciones del manual | 15 |
| 2.1.1.4. Estructura de un manual procedimientos..... | 16 |
| 2.1.1.5. Tipos de manuales..... | 18 |
| 2.1.2. Manual de servicios en restauración | 19 |
| 2.1.2.1. Importancia de un manual de servicios en restauración | 19 |
| 2.1.2.2. Beneficios de un manual dentro del área de servicio | 20 |
| 2.1.2.3. Manual de servicio ¿a quién va dirigido?..... | 21 |
| 2.1.3. Restaurante | 21 |
| 2.1.3.1. Tipos de restaurantes..... | 22 |
| 2.1.3.2. Clasificación de los restaurantes | 22 |
| 2.1.3.3. Categoría de los restaurantes | 23 |
| 2.1.4. Cliente | 24 |
| 2.1.4.1. Atención al cliente..... | 24 |
| 2.1.4.2. Calidad del servicio..... | 25 |
| 2.1.4.3. Satisfacción del cliente..... | 25 |
| 2.2. Marco Contextual..... | 25 |
| 2.3. Marco Conceptual | 27 |

| | |
|---|----|
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN..... | 30 |
| 3. Métodos investigativos | 30 |
| 3.1. Enfoque de investigación | 30 |
| 3.1.1. Enfoque mixto | 30 |
| 3.1.1.1. Enfoque cualitativo | 31 |
| 3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo | 31 |
| 3.2. Tipo de investigación longitudinal | 31 |
| 3.3 Métodos de investigación | 32 |
| 3.3.1. Método analítico | 32 |
| 3.3.2. Método deductivo..... | 32 |
| 3.3.3. Método aplicativo | 33 |
| 3.4. Instrumentos y técnicas para el levantamiento de la información..... | 33 |
| 3.4.1. Técnicas de campo | 33 |
| 3.4.1.1. Encuesta | 34 |
| 3.4.1.2. Entrevista | 34 |
| 3.4.1.3. Observación..... | 34 |
| 3.4.2. Técnicas de Investigación Documental | 35 |
| 3.4.2.1. Análisis de la información | 35 |
| 3.4.2.2. Referencias..... | 35 |
| 3.4.2.3. Citas..... | 36 |
| 3.4.2.4. Paráfrasis:..... | 36 |
| 3.5. Metodología de trabajo | 36 |
| 3.6. Población..... | 37 |
| 3.7. Muestra | 37 |
| CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS | 39 |
| 4. Análisis de datos..... | 39 |
| CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN..... | 50 |
| 5. Manual de servicio | 50 |
| CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 53 |
| CONCLUSIONES | 54 |
| RECOMENDACIONES | 55 |
| BIBLIOGRAFÍA - WEBGRAFÍA | 56 |
| Anexos: Encuestas..... | 60 |

ÍNDICE DE GRAFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico: 1 <i>Contenido y Estructura</i> | 40 |
| Gráfico: 2 <i>Aplicabilidad Práctica</i> | 42 |
| Gráfico: 3 <i>Utilidad Formativa</i> | 43 |
| Gráfico: 4 <i>Actualización y Relevancia</i> | 45 |
| Gráfico: 5 <i>Claridad y Presencia</i> | 46 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|---|----|
| Ilustraciones 1: Tipos de manuales..... | 18 |
| Ilustraciones 2 : Los beneficios de los manuales de servicio | 20 |
| Ilustraciones 3: Clasificación según el tipo de oferta | 22 |
| Ilustraciones 4: <i>Diferentes clasificaciones según su tipo</i> | 22 |
| Ilustraciones 5: Portada del manual de servicio | 52 |
| Ilustraciones 6: Cronograma de actividades..... | 53 |

RESUMEN

En la ciudad de Cuenca se ha evidenciado falencias en cuanto al servicio al cliente se refiere, en este proyecto se presenta una propuesta de un manual de servicio al cliente enfocado en establecer normas así también como en comportamientos que el personal debe adoptar para que el cliente se lleve la mejor experiencia, a través de la identificación de prácticas efectivas, el manual ofrece información útil que promueven una atención de calidad y una interacción positiva entre el personal, tanto como los clientes, aquellos aspectos esenciales serán abordados en profundidad, como la comunicación efectiva, entender los puntos de vista ajenos mediante la empatía, y las estrategias adecuadas para la resolución constructiva de conflictos. El objetivo será desarrollar habilidades interpersonales clave que permitan establecer relaciones más sólidas y lograr una mejor comprensión mutua. El objetivo es proporcionar a las empresas una herramienta práctica que contribuya a la satisfacción del cliente, la fidelización, además en última instancia, al éxito del negocio. Utilizando la metodología de un enfoque mixto, tanto cualitativo como cuantitativo ya que se realizó una investigación previa por parte del grupo de Investigación del Instituto Sudamericano. Este proyecto ambiciona ir más allá de satisfacer únicamente las expectativas del cliente. Su meta es superar esos estándares, cultivando una cultura orientada a brindar un servicio excepcional. De esta manera, se busca generar lealtad y ofrecer experiencias verdaderamente únicas a los consumidores. Más allá de simplemente cumplir, el objetivo es crear un vínculo diferenciador a través de una atención superior, que deje una impresión memorable en los clientes. La intención es posicionar a la organización como un referente en la calidad de servicio, superando las expectativas de los usuarios y convirtiéndolos en embajadores de la marca.

Palabras clave:

Manual de servicio, Servicio al cliente, Restaurantes.

SUMMARY

In the city of Cuenca, deficiencies have been evident in terms of customer service. This project presents a proposal for a customer service manual focused on establishing standards as well as behaviors that staff must adopt so that the customer has the best experience, through the identification of effective practices. The manual offers useful information that promotes quality care and positive interaction between staff and customers. Essential aspects will be addressed in depth, such as effective communication, understanding other people's points of view through empathy, and appropriate strategies for constructive conflict resolution. The objective will be to develop key interpersonal skills that allow for stronger relationships and better mutual understanding. The objective is to provide companies with a practical tool that contributes to customer satisfaction, loyalty, and ultimately, to business success. Using the methodology of a mixed approach, both qualitative and quantitative, since a previous investigation was carried out by the Research Group of the South American Institute. This project aims to go beyond merely meeting customer expectations. Its goal is to surpass those standards by cultivating a culture oriented towards providing exceptional service. In this way, it seeks to generate loyalty and offer truly unique experiences to consumers. Beyond simply complying, the objective is to create a differentiating bond through superior attention, which leaves a memorable impression on customers. The intention is to position the organization as a benchmark in service quality, exceeding user expectations and turning them into brand ambassadors.

Keywords:

Service manual, Customer service, Restaurants.

INTRODUCCIÓN

La industria gastronómica se caracteriza por un crecimiento y evolución constantes. En este contexto, la calidad del servicio resulta fundamental para garantizar la satisfacción del cliente y, a su vez, asegurar su lealtad hacia la marca o establecimiento. Es crucial que los negocios del sector alimenticio mantengan un enfoque prioritario en brindar una experiencia excepcional a sus comensales. Esto les permitirá no solo cumplir, sino superar las expectativas de los clientes, generando así una relación duradera y un vínculo sólido que los convierta en consumidores fieles a la propuesta.

En la actualidad, los consumidores buscan experiencias culinarias únicas y memorables, más allá de la simple satisfacción de necesidades básicas. El servicio gastronómico se ha convertido en un elemento clave para diferenciar a los establecimientos de comida generando una ventaja competitiva.

Sin embargo, la calidad del servicio en la industria de la restauración siempre ha sido un tema de discusión e investigación. La literatura existente sugiere que la satisfacción del cliente está influenciada por factores como la calidad de la comida, la atención de los empleados, la atmósfera y la tecnología.

Este estudio busca analizar la calidad del servicio gastronómico en establecimientos de comida, identificar los factores que influyen en la satisfacción del cliente y evaluar su impacto en la lealtad. Los resultados de esta investigación contribuirán a la mejora de la calidad del servicio en la industria gastronómica y proporcionarán recomendaciones prácticas para los profesionales del sector.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Proponer un manual de servicio que establezca estándares y procesos claros para el personal de servicio al cliente del área gastronómica, con el fin de garantizar una experiencia culinaria excepcional, satisfaciendo la expectativa de los clientes y consolidando la capacidad competitiva del restaurante.

Objetivo Específico

- Identificar los factores más comunes que afectan la satisfacción del cliente durante el proceso de servicio.
- Establecer formas claras de procedimientos en ejecuciones básicas del área de servicio.
- Presentar la propuesta del manual de servicio a la Asociación de Restaurantes de Cuenca (AREC).

Preguntas de investigación

- ¿Cuál es el propósito principal de un manual de servicio en el sector gastronómico?
- ¿Cuáles son los problemas más comunes que existen al momento del servicio?
- ¿Por qué es importante conservar la fidelidad del cliente?

Justificación

En la ciudad de Cuenca, un gran destino gastronómico donde hay distintos lugares que ofertan varias propuestas de alimentos, desde populares mercados hasta los más reconocidos restaurantes de comida lo cual se observa a través de un encuesta realizada al AREC (Asociación de Restaurantes de Cuenca) una constante falla en el servicio hacia el consumidor, el mismo que afecta en las ventas y la fidelidad del cliente,

este proyecto ofrecerá un manual de servicios para mejorar la atención al cliente y brindar soluciones a los diferentes restaurantes de la ciudad de Cuenca.

En la siguiente investigación se propone un manual de servicio el cual ayudará a un mejor trato hacia los consumidores, esto permite una mejora de la experiencia del cliente, un incremento de la eficiencia al sistema de resolución de problemas, y una fidelidad por parte del cliente hacia con la entidad, por lo tanto, el servidor debe cumplir con toda la normativa al implementar este manual, es lograr demostrar el compromiso con la excelencia del servicio.

Este proyecto beneficia directamente a los restaurantes de la ciudad de Cuenca, así también como indirectamente a las personas que ofrecen servicio al cliente, lo cual inspira un compromiso con la excelencia de servicio, inspirando a los empleados a brindar su mejor esfuerzo, obteniendo así una mejor aceptación del público, brindando una mejora continua permitiendo a los establecimientos ser más competitivos en el mercado minimizando la posibilidad de errores y reclamos, considerando la visita de nuevos potenciales clientes consiguiendo así la fidelidad de los consumidores en los distintos establecimientos de alimentos en la ciudad.

Los resultados se socializarán mediante una propuesta de manual de servicios en el cual encuentra información útil para el manejo de clientes en el sector gastronómico, esperando los mismos sean aplicados en colaboración con el AREC (Asociación de Restaurantes de Cuenca) generando múltiples beneficiarios tanto de lado de los consumidores y propietarios.

CAPÍTULO I: PROBLEMÁTICA

Problemática de la investigación

En la actualidad los restaurantes no brindan simplemente el servicio de comida, también ofrecen experiencias y una parte sumamente importante de la experiencia es la calidad del servicio ofertada hacia el cliente. Los errores en el servicio pueden tener un impacto significativo tanto como negativo o positivo en la experiencia del comensal, independientemente de que tan cuidados tengamos en cuanto a la calidad y el cumplimiento de las normas dentro del área gastronómica.

Según (Giuseppe et al., 2012) Seis de los siete hoteles analizados cumplieron con el 85,71 % de los requisitos establecidos por la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria. Este resultado pone en evidencia la necesidad de una guía específica para las empresas hoteleras del municipio, ya que muchos de estos establecimientos desconocen las Buenas Prácticas de seguridad alimentaria y, aunque aplican algunos de sus principios, lo hacen de manera inconsistente.

Una de las áreas donde se ha observado más deficiencias y precisa de una capacitación a los empleados de servicio con la manipulación de los alimentos. Puesto que toda persona que trabaje como manipulador y ayudante de servicio, tendrá conocimientos, así como conciencia de su papel en la protección de los alimentos contra cualquier forma de contaminación o deterioro antes de que comience a laborar teniendo en cuenta las normas establecidas (Giuseppe et al., 2012).

Por su parte (Andrade & Santa Cruz, 2024) indica que en el ámbito local en el distrito de Sullana, muchos restaurantes no satisfacen las expectativas y necesidades de los turistas como personal del lugar, la falta de un equipo capacitado para el área de

cocina, la mala atención al cliente, parte básica y primordial del servicio, lo cual no utilizan las normas de seguridad alimentaria de calidad, ocasionando que los comensales decidan por no retornar al establecimiento, creándose una mala imagen sobre la gastronomía local por la calidad del servicio adquirido por falta de capacitación.

Es fundamental distinguir entre el producto que el cliente adquiere y el servicio que lo complementa. El servicio al cliente abarca todas las acciones orientadas a atender sus requerimientos, resolver inquietudes, gestionar sugerencias y atender reclamos. En otras palabras, representa cada interacción entre el cliente y la empresa, diseñada para garantizar rentabilidad mientras satisface sus necesidades y expectativas. (Salvador, 2021).

Para (Morales, 2021) se refiere a acciones fáciles y cómo responder a las necesidades del cliente, ya sean dudas, quejas, insatisfacciones, entre otras. La prestación del servicio se desarrolla dentro del tiempo requerido para responder a la solicitud del cliente, y el personal encargado desempeña un rol fundamental y exigente en este proceso.

Según la investigación de Cunias, las normas de servicio deben cumplir con los siguientes principios:

- **Expresión desde el punto de vista del cliente:** Estos indicadores reflejan el progreso en la gestión de la calidad del servicio dentro de la empresa, permitiendo establecer estándares claros para resolver las inquietudes de los clientes. Asimismo, es fundamental especificar las funciones de cada empleado con el fin de garantizar su satisfacción.

- **Ser considerado:** Se centra en las cualidades humanas vinculadas a la atención al cliente, donde la amabilidad y la sensibilidad son aspectos clave valorados tanto por la empresa como por el cliente.
- **Servir a toda la organización:** Las normas y directrices de calidad en el servicio deben ser aplicadas y adoptadas por toda la empresa para asegurar su eficacia.

(Cunias, 2022)

Un factor preocupante es la reducción de la calidad debido a un servicio deficiente, ya que es el cliente quien define su nivel de satisfacción y, por ende, la calidad del servicio. Las expectativas en este ámbito pueden verse influenciadas por diversos factores, como las necesidades individuales, la interacción con otras personas, experiencias previas y el entorno sociocultural. En consecuencia, los clientes de distintos países presentan niveles de expectativas variables. (Coronel et al., 2019).

La satisfacción en el consumo de alimentos y bebidas es una prioridad para todas las personas y adquiere mayor relevancia en el caso de los visitantes que pernoctan en destinos turísticos, ya sea como una forma de escapar de la rutina o como parte de las experiencias que desean vivir. La experiencia con este servicio suele convertirse en un factor clave de atracción y en un criterio determinante para la percepción y evaluación final de la satisfacción. Entre los aspectos que influyen en este ámbito se encuentran la elaboración y manipulación de los alimentos, la higiene del personal, la rapidez del servicio, un ambiente acogedor, la amabilidad y la calidad de la atención, factores que pueden marcar la diferencia entre un establecimiento y otro. (Fond & Blanco, 2018).

Existen restaurantes que ofrecen gastronomía local, nacional e internacional, contribuyendo significativamente al desarrollo turístico de la ciudad. Sin embargo, las principales deficiencias en el servicio gastronómico radican en la falta de identificación de sus clientes potenciales, la oferta de servicios poco atractivos, propuestas limitadas y la pérdida de una imagen sólida en los productos y experiencias que brindan. (Montesdeoca et al., 2019).

De acuerdo con (Alvia & Molina, 2023) Se entiende que un manual de procedimientos constituye una guía detallada de los procesos y actividades llevadas a cabo en empresas, negocios, hoteles y restaurantes. En su contenido, se incluyen estrategias diseñadas para que los trabajadores sigan las recomendaciones adecuadas, permitiendo así el correcto funcionamiento del negocio y su éxito. Estas normas deben ser aplicadas con responsabilidad, con el objetivo principal de garantizar un servicio de calidad para los clientes y optimizar los resultados operativos.

Las principales brechas que evidencian oportunidades de mejora se manifiestan en la relación entre el precio del producto y la atención del pedido, con promedios superiores a 0,58. Las dimensiones más apreciadas fueron "seguridad" y "sensibilidad", lo que indica la necesidad de mantener e incluso elevar los estándares de servicio para fortalecer la ventaja competitiva. En este sentido, la capacitación del personal se presenta como una estrategia clave para mejorar la calidad del servicio y fomentar la intención de recuperación. (Siavichay et al., 2023).

Teniendo en cuenta a (Ortiz, 2024) para mejorar el desempeño del personal en el trabajo, es necesario llevar a cabo capacitaciones son ofrecidas a los empleados nuevos, así como a aquellos que ya están trabajando, esto contribuirá a mejorar su desempeño en el área correspondiente, las capacitaciones en el servicio al cliente son herramientas que

asisten al personal de servicio a desarrollar y mejorar sus conocimientos, formando de esta manera individuos creativos y serviciales.

En el campo de estudio que realizó el grupo de investigación del Instituto Sudamericano a la Asociación de Restaurantes de Cuenca, se identificó una falta de precisión en los procesos y subprocesos al brindar un servicio de calidad al comensal, lo que se relaciona con la escasez de personal capacitado en el área gastronómica. Esta problemática, señalada por los clientes, evidencia que la falta de conocimientos y aptitudes representa una de las principales debilidades dentro del servicio gastronómico.

Antecedentes

Los integrantes (Siavichay et al., 2023) del artículo nombrado “El estudio titulado “Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio: un estudio empírico” tuvo como propósito examinar la percepción del cliente respecto a la calidad del servicio ofrecido por una empresa cuencana, así como identificar las diferencias existentes entre sus características. Para ello, se utilizó el modelo SERVQUAL como marco de referencia, permitiendo estructurar y evaluar dichas características mediante la aplicación de cuestionarios a una muestra representativa de clientes. El instrumento de recolección de datos incluyó 10 ítems adaptados a la propuesta de valor de la organización. A partir de los hallazgos, se sugiere que las estrategias de mejora se enfoquen en estos aspectos, con el objetivo de optimizar la experiencia del cliente y fortalecer la competitividad de la empresa. (pág. 9)

Según (Rivera, 2019) en su tesis “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Alausí” En la actualidad, la calidad del servicio se percibe como un factor fundamental en la satisfacción del cliente, ya que, con el avance global, las expectativas de los consumidores aumentan, exigiendo una adaptación constante a sus necesidades individuales. En el sector de alimentos y bebidas

en Ecuador, esta variable se ha consolidado como un pilar esencial para el crecimiento turístico. Para fortalecer esta industria, se han implementado estrategias como certificaciones que incentivan tanto a los proveedores de servicios como a la atracción de turistas al país, destacando la calidad del servicio como un elemento clave en la experiencia y satisfacción del cliente. (pág. 4-5)

La investigación de (Salvador, 2021) en su tesis "Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes de la urbanización los Aproveig del distrito de Pillco Marca Huánuco", El propósito de esta investigación fue proponer estrategias de mejora en la atención al cliente como un factor clave para la sostenibilidad de las MYPES del sector servicios, específicamente en los restaurantes de la urbanización Los Aproveig, en el distrito de Pillco Marca, Huánuco, durante el año 2021. A través de un conjunto de preguntas, se obtuvieron los siguientes resultados: el 50% de los encuestados manifestó que casi siempre promociona la calidad del servicio y se preocupa por la satisfacción del cliente; el 60% indicó que casi siempre vende productos y mantiene una cantidad adecuada de estos; el 50% señaló que cuenta con procedimientos adecuados y que a veces genera una percepción de reconocimiento; sin embargo, solo el 50% rara vez capacita a su personal y algunas veces realiza promociones. Además, el 50% afirmó que siempre dispone de logística para ofrecer entrega a domicilio, mientras que el 60% casi siempre fomenta oportunidades sin discriminación y respalda el principio de igualdad. No obstante, el 50% nunca ha desarrollado un proyecto de responsabilidad social y solo el 30% reportó que casi siempre motiva a sus empleados. Finalmente, el 50% confía en la economía del rendimiento como base para la sostenibilidad. Con base en estos hallazgos, se busca implementar mejoras que optimicen el servicio al cliente, aseguren una atención

eficiente y amigable, y aceleren los procesos operativos para una resolución rápida y efectiva de los inconvenientes, garantizando así una experiencia satisfactoria. (pág.61-93)

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco Teórico

El marco teórico está basado en una investigación realizada a diferentes restaurantes, según la indagación se encontró falencias en la atención al cliente, teniendo en cuenta estos aspectos se realizará un manual de procesos en el área de servicio, en este marco se encuentra la definición, ventajas, beneficios y hacia qué tipo de personas va dirigido, así también como los tipos y clasificaciones de restaurantes.

2.1.1. Definición de un manual de procedimientos

Un manual es una guía para utilizar un dispositivo, solucionar problemas o establecer procedimientos operativos. Las instrucciones son muy importantes cuando transmiten información que ayuda a las personas a lidiar con una situación determinada. Los manuales suelen incluirse con ciertos productos que se venden en el mercado como una forma de apoyo para los compradores. En este caso, el manual suele contener información sobre el producto, cómo utilizarlo para lograr un buen rendimiento y posibles problemas y cómo evitarlos. (Molina et al., 2016). De esta forma se podría decir que los manuales son una herramienta clave, entonces con base en esta información planteamos la pregunta ¿para qué sirve un manual de procedimientos?

2.1.1.1.¿Para qué es necesario un manual de procedimientos?

Los procedimientos tienen un propósito en gestionar actividades a largo plazo, incluyen la cronología sobre el objetivo requerido, las instrucciones ayudan para el pensamiento, que parte exactamente cómo realizar determinadas actividades (Molina et al., 2016). Por otro lado, se dice que los manuales de procedimientos especifican y detallan un mecanismo, constituyendo un grupo ordenado de ejecuciones o trabajos que se ejecutan de manera organizada. Estos procedimientos tienen que adherirse a los protocolos y normas previamente propuestas, delineando tanto el tiempo como la circulación de documentación asociada. (Vivanco,2017)

2.1.1.2. Ventajas del manual de procedimientos

Los manuales también son importantes cuando se incorporan nuevos empleados a la empresa, porque con su ayuda podemos realizar la formación de forma más rápida y eficaz. (Quimiz & Palacios, 2020). De acuerdo con los investigadores las ventajas de un manual de servicio son cruciales para el buen funcionamiento empresarial entre estas ventajas son:

- Elimina dudas y malentendidos.
- Mejora las metas, protocolos y capacidad.
- Mejorar el trabajo en equipo.
- Provee una transmisión eficiente.
- Sirve como base para el aprendizaje.
- El trabajo de cada departamento se presenta claramente.
- Se muestran artículos que indican obligaciones, sanciones y beneficios.

(Quimiz & Palacios, 2020)

2.1.1.3. Funciones del manual

Según los autores, en la función de establecer, cómo de llevar a incrementar la organización depende no en asegurar la estructura, los niveles jerárquicos, las formas de delegación y gestión de responsabilidades y la información también los vínculos, lo cual se logran las funciones de gestión utilizando formas auténticas de visualización. Mecanismo con ayuda entre todas las áreas de la empresa. (Quimiz & Palacios, 2020).

De acuerdo con las funciones del manual se dice lo siguiente:

- **Objetivos:** Los manuales deben especificar el objetivo de los procesos que se reflejan para la organización de la empresa.
- **Audiencia:** El folleto debe estar acorde a la audiencia y área que se necesite.
- **Formato:** El manual de procesos puede presentarse tanto en formato impreso como en digital.
- **Estructura:** El documento debe tener un sistema detallado para mayor entendimiento y utilidad.
- **Detalle:** El material de apoyo debe tener procesos detallados para lograr un trabajo de calidad.
- **Actualización:** El documento debe estar siempre en revisión, teniendo en cuenta las y renovando por las tendencias actuales.
- **Accesibilidad:** Este material de apoyo debe siempre estar accesible al trabajador.

(Bilski, s.f.)

2.1.1.4. Estructura de un manual procedimientos

De acuerdo al autor, un manual es crucial en el transcurso del trabajo a realizar son fundamentales para brindar una experiencia de servicio única a cualquier empresa. Por lo tanto, cada proceso mencionado en esta estructura detalla la forma correcta de crear un documento de procedimiento, entonces esta sirve como pautas para la realización de actividades son las siguientes:

- Título y Código del Procedimiento

Título: [Nombre del procedimiento]

Código: [Código asignado]

- Introducción

Este procedimiento describe de manera estructurada las acciones necesarias para explicar brevemente el objetivo del procedimiento], asegurando el cumplimiento de estándares de calidad, eficiencia y seguridad dentro de la entidad.

- Organización

Estructura Micro: Define las áreas, departamentos o unidades involucradas en la ejecución del procedimiento.

Estructura Macro: Describe la relación del procedimiento con el funcionamiento general de la entidad y su alineación con los objetivos institucionales.

- Descripción del Procedimiento

Se detallan las fases, pasos o actividades que componen el procedimiento, incluyendo tiempos de ejecución, responsables y recursos requeridos.

- Responsabilidad

Se asignan funciones y niveles de autoridad a los involucrados en el proceso, estableciendo delegaciones y responsabilidades específicas para garantizar su correcta ejecución.

- Medidas de Seguridad y Autocontrol

Se indican las políticas y protocolos de seguridad aplicables, así como los mecanismos de verificación y control interno para minimizar riesgos y asegurar el cumplimiento del procedimiento.

- Informes

Incluye la generación de reportes económicos, financieros y estadísticos derivados del procedimiento, así como recomendaciones para su mejora continua.

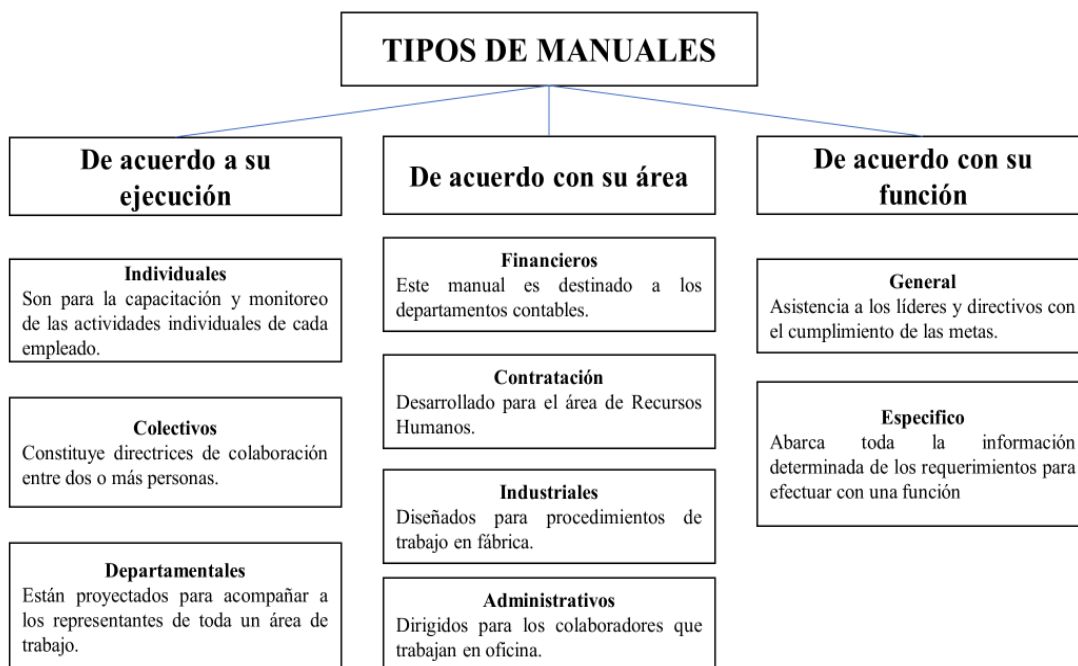
- Supervisión, Evaluación y Examen

Define los organismos o unidades encargadas del control del procedimiento, los criterios de evaluación aplicados y las acciones de mejora a implementar según los resultados obtenidos. (Gómez, 2020).

2.1.1.5. Tipos de manuales

El propósito de un manual de procedimientos es ofrecer una guía detallada, estructurada y accesible para la ejecución eficiente de una actividad específica. Su contenido debe adaptarse a las características y necesidades de cada tarea, garantizando así su aplicabilidad y efectividad. Dado que las empresas deben cumplir con diversos procesos operativos, existen múltiples tipos de manuales, cada uno diseñado para abordar áreas específicas dentro de la organización. (Rodríguez, 2022). En la ilustración 1 se indican según el autor los tipos de manuales más utilizados para el buen desarrollo de las actividades.

Ilustraciones 1: Tipos de manuales



Nota: Adaptado por los autores, en el siguiente gráfico se describen los tipos de manuales más sobresalientes. (Rodríguez, 2022)

2.1.2. Manual de servicios en restauración

Según (Flores, 2018). “Se define como restauración al grupo de locales que se dedican a la venta, distribución y producción de alimentos y bebidas.”. Un manual del área de servicio estandariza y unifica los procesos que deben seguir los colaboradores, garantizando la homogeneidad y calidad en la atención al cliente. De este modo, se mantiene un nivel de servicio constante que deriva en mayor satisfacción de los usuarios y mejores reseñas, lo cual redundará en una mejor reputación del negocio.

Además, el manual de servicio facilita significativamente el proceso de capacitación, ya que las normas y procedimientos se encuentran explícitos y definidos de acuerdo con los estándares establecidos por el restaurante. Esto permite que los nuevos trabajadores se adapten con mayor rapidez y efectividad a las prácticas y protocolos de la organización.

Contar con un manual de servicio estructurado y completo es fundamental ya que ayuda a mantener la eficiencia del servicio, como es la satisfacción del cliente y la reputación positiva del local comercial, al tiempo que simplifica y optimiza el entrenamiento del personal.

2.1.2.1. Importancia de un manual de servicios en restauración

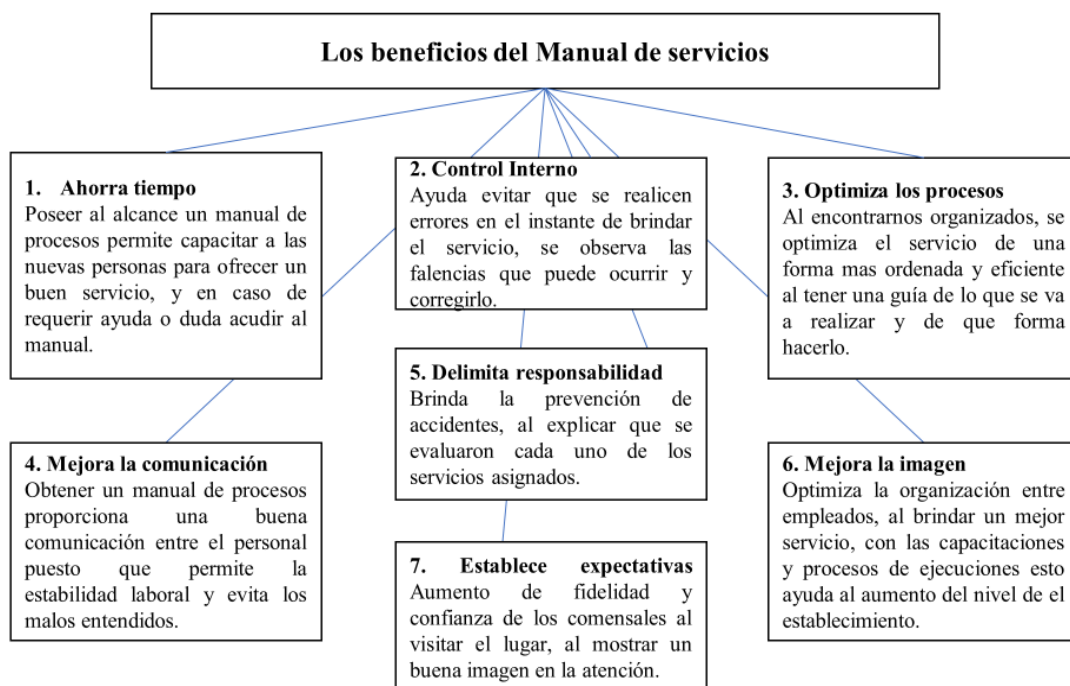
El administrador debe organizar, autorizar, controlar y promover todo lo relacionado con la empresa, así como controlar qué puestos están disponibles en la organización. Antes de autorizar trabajo se deben organizar todos los recursos que la empresa puede utilizar. Las actividades organizacionales no implican necesariamente el desarrollo de manuales organizacionales, sino que también implican centrarse en los objetivos organizacionales, el análisis financiero, la gestión de recursos humanos y la evaluación de habilidades y la capacidad del personal para realizar el mismo trabajo. (Herrera & Carrada, 2021). El objetivo principal de un manual organizacional es detallar

la estructura organizacional formal describiendo las metas, tareas, autoridades y responsabilidades de varios puestos y relaciones.

2.1.2.2. Beneficios de un manual dentro del área de servicio

La ventaja competitiva se consigue mediante un excelente servicio al cliente, ya que dispone de personal debidamente formado para llevar a cabo las tareas cotidianas del restaurante. Además, facilita organizar los equipos de trabajo. (Torres, 2021). De acuerdo, con el autor, los beneficios de un manual de servicio simplifican la organización al momento de brindar el servicio al cliente, la siguiente ilustración 2 se explica los beneficios de un manual de servicio.

Ilustraciones 2 : *Los beneficios de los manuales de servicio*



Nota: Ilustración elaboración propia, la descripción del cuadro, nos indica sobre los beneficios que nos brinda un manual de servicios. (Rodríguez, 2022)

2.1.2.3. Manual de servicio ¿a quién va dirigido?

El manual de servicios dice Quiroga que es una base fundamental para la capacitación continua de toda persona que inicie o desee aprender sobre la atención al cliente en los bares, restaurantes, emprendimientos, este manual va dirigido para:

- El personal de atención al cliente tiene que estar capacitados en tareas básicas, como en tendencias actuales de servicio.
- Los encargados de restaurantes y bares para capacitar a los trabajadores que tienen a su cargo.
- Los emprendedores de su propio negocio, se informen de cada detalle y procesos que conlleva un buen servicio.
- Los dueños de bares y restaurantes conocen a su clientela, para ofrecer un buen servicio y fidelidad.

(Quiroga, 2015)

De acuerdo con el editor, el manual de servicio va dirigido a las personas aficionadas que deseen conocer sobre el servicio al cliente, se puede decir que, toda persona que le guste aprender algo más y capacitarse en otra área, no hace falta que sea un trabajador en restauración, sino también una persona natural que le guste o le interese sobre el tema.

2.1.3. Restaurante

Se denomina Restaurante a un establecimiento que se dedica a la producción y la asistencia al cliente, teniendo de cambio de un precio determinado se denomina restaurante. (Flores, A, 2018). Este tipo de negocio cuenta con áreas de cocina y comedor debidamente equipadas para atender a sus comensales. En los restaurantes, los comensales tienen un sin número de opciones culinarias, esta tiene un diseño o lugar específicamente para la ingesta de alimentos y bebidas. El servicio ofrecido en estos

locales está sujeto a un precio acordado previamente, lo que permite a los clientes acceder a una experiencia gastronómica a cambio de una retribución económica.

2.1.3.1. Tipos de restaurantes

Los tipos de restaurantes se definen en: según su servicio, sus instalaciones, tipo de tenedores, bares, ya sean grandes o pequeños locales. En la ilustración 3, se puede observar una clasificación del restaurante teniendo en cuenta el tipo de oferta del mismo.

Ilustraciones 3: *Clasificación según el tipo de oferta*

| | |
|--------------------------|---|
| Restaurante convencional | Ofrece servicio de comida y bebida en turnos de almuerzos y cenas |
| Gastrobar | Local que procura acercar la alta cocina a las clases más populares a precios más razonables |
| Restaurante de lujo | Basan su oferta en productos de alta calidad, personal muy cualificado, servicios de calidad y precio elevado |
| Étnico - Regional | Su característica principal es que su oferta gastronómica es la típica de determinadas regiones o países |
| Temático | Fórmula de restauración en la cual todos los elementos giran en torno a un tema determinado |

Nota: Esta clasificación de restaurantes se basa en los diferentes tipos de temáticas y productos que ofrece. (Flores A, 2018)

2.1.3.2. Clasificación de los restaurantes

Existen diversas clasificaciones para los restaurantes en este caso de estudio tomaremos en cuenta los restaurantes según su categoría, en la siguiente ilustración 4 se describen algunos restaurantes.

Ilustraciones 4: *Diferentes clasificaciones según su tipo*

| | |
|------------------------------|-----------------------------|
| Según el tipo de cocina | Cocina Nacional |
| | Cocina Intemacional |
| | Cocina Exótica |
| | Cocina de producto |
| Según el tipo de explotación | Individual |
| | Cadena de restaurantes |
| | Mixta (franquicias) |
| Según su dimensión | Grandes |
| | Medianos |
| | Pequeños |
| Según su categoría | Lujo (5 tenedores) |
| | Primera clase (4 tenedores) |
| | Segunda Clase (3 tenedores) |
| | Tercera Clase (2 tenedores) |
| | Cuarta Clase (1 tenedor) |
| Según el tipo de servicio | Tradicional |
| | Autoservicio |
| | Buffet |

Nota: En el siguiente cuadro se describen las distintas clasificaciones que existen según distintos criterios. (Flores A, 2018)

2.1.3.3. Categoría de los restaurantes

En la investigación de Vargas explica la categoría de los restaurantes, se conoce por “tenedores”, son códigos que sirven para clasificar a los locales según sus categorías en sus instalaciones, servicio al cliente y formas de preparación de los alimentos, en esta categoría están:

- 5 tenedores: Se trata de restaurantes de alta cocina, que suelen caracterizarse por un servicio personalizado y atento, comedores con gran ambiente y decoración, menús completos con productos de alta calidad, presentación de la carta en varios idiomas, uniformes profesionales adecuados y un buen servicio con conocimiento en varios idiomas.
- 4 tenedores: Se diferencia de los de primera clase es los predecesores, por su menú limitado de cinco a siete tiempos, la carta en dos idiomas y de horarios rotativos de servicio con personal capacitado.

- 3 tenedores: Es un restaurante de segunda categoría y suele ser turístico y tendrá aforo limitado en cuanto a espacio. No sirven más de seis platos (sopa, helado, verduras, huevo, pasta, pescado, carne y postre). Hay dos bifurcaciones, también llamadas de tercer grado. Presentan muebles y decoración sencillos, como ropa de trabajo.
- 2 tenedores: Estos restaurantes cuentan con instalaciones básicas con espacios agradables, ofrecen un menú de cuatro tiempos, la carta se basa en el tipo de restaurante, cuenta con un personal básico.
- 1 tenedor: Los restaurantes de este tipo tienen cartas de menús sencillos y ofrecen platos de tres tiempos: sopas, guisos o especialidades y postres caseros o frutas.

(Vargas, n.d.)

2.1.4. Cliente

El consumidor es el individuo al que se entrega asistencia personal o requerimiento de productos para su compra. Normalmente, para que estas relaciones sean exitosas, deben estar centradas en el cliente, por lo que es importante tener siempre presentes sus intereses. (Cadena et al.,2023), esto implica una transferencia de propiedad a cambio de algo, existen un par de personas a saber, como los del interior y superficial. El término persona interna se utiliza para describir al personal. La interpretación del individuo se encuentra actualmente en un seguimiento. Quien paga para recibir un servicio fuera de la empresa se conoce como cliente externo. El trabajo de la empresa está diseñado para satisfacerlos, pero ellos son los últimos en hacerlo. (Zuleta et al.,2014).

2.1.4.1. Atención al cliente

Las organizaciones que buscan mejorar los servicios deben comprender al cliente en cuanto a las exigencias teniendo en cuenta el protocolo de servicio, lo cual, cumpla o supere sus expectativas y satisfaga sus necesidades. Las organizaciones necesitan

comprender los tipos de variaciones que pueden ocurrir en el área, como la satisfacción del cliente, así también enfatizar la flexibilidad y la mejora. (Pérez, 2006).

2.1.4.2. Calidad del servicio

La creencia es que la calidad del servicio puede proporcionar a las empresas una ventaja competitiva de manera sostenible en un sistema económico cada vez más global. La expectativa de preferencia del cliente es un requisito previo, los bajos y mayores establecimientos brindan un servicio con mejor calidad, a diferencia y comparación con las grandes empresas. (Silva et al., 2020).

2.1.4.3. Satisfacción del cliente

Conforme a lo que dice el editor actualmente, la plena consecución del gozo del cliente da una condición imprescindible como ganarse el puesto en la “mente” de las personas. Por lo tanto, el objetivo "deleitar a cada persona" traspasa las expectativas del mismo superando sus objetivos. Los beneficios es lograr la satisfacción del cliente son:

- Un cliente satisfecho mantiene su lealtad y vuelve a consumir al lugar.
- Las reseñas positivas de los clientes satisfechos comunican a otras personas a consumir el servicio.
- Aumento de la calidad competitiva ante otros locales.

El consumidor satisfecho como completamente satisfecho es el propósito para el éxito del negocio. (Thompson, 2005). De acuerdo con el autor la satisfacción del cliente, es un aspecto de mayor crecimiento, el establecimiento debe recordar que si desea alcanzar su meta tiene que tener un trabajo bien organizado para que los individuos estén complacidos con la satisfacción del cliente.

2.2. Marco Contextual

Ubicada al sur de la sierra ecuatoriana, en un valle interandino, Santa Ana de los Cuatro Ríos de Cuenca se encuentra a una altitud de 2.535 metros sobre el nivel del mar. Su clima es predominantemente templado, con una temperatura promedio de 17°C, lo que

la convierte en una ciudad de condiciones agradables durante todo el año. Más conocida como la ciudad Patrimonio Cultural de la Humanidad por sus tradiciones, culturas y la gastronomía tradicional, permitió que sea reconocida mundialmente. Los principales desafíos que tienen que enfrentar en el área gastronómica es la calidad del servicio al cliente con eficiencia.

AREC (La Asociación de Restaurantes de Cuenca), legalmente representado por el Magister Carlos Eduardo Andrade Borrero en su calidad de presidente. La Asociación AREC es una entidad sin fines de lucro, de carácter democrático y apolítico, que cuenta con personalidad jurídica propia y plena capacidad para celebrar actos y contratos, tanto públicos como privados, siempre que estos sean compatibles con sus objetivos y las normativas vigentes. Como organización privada, su misión principal es promover el desarrollo sostenible del turismo y la gastronomía a nivel local y nacional, garantizando el respeto al medioambiente y a los derechos humanos.

- La visión

Ser la organización líder en el ámbito gastronómico-turístico de Cuenca y el país, promoviendo un turismo responsable, inclusivo y sostenible que potencie el desarrollo económico y social, al tiempo que preserva las tradiciones culturales, el medio ambiente y fomenta la colaboración entre todos los actores del sector gastronómico y turístico, tanto a nivel nacional como internacional.

- La misión

Reunir, representar y defender a todos los actores del turismo gastronómico de Cuenca, impulsando la colaboración eficiente entre sus integrantes para el desarrollo de un turismo responsable y sostenible. Ser el portavoz de las necesidades y coincidencias

del sector, fomenta el crecimiento económico, la inclusión social y la preservación de la identidad cultural. Además, colabora con autoridades, instituciones públicas, privadas y académicas en el diseño y ejecución de políticas y programas que impulsen el desarrollo sostenible de la actividad turística y gastronómica.

2.3. Marco Conceptual

- **Manual de Procedimientos:**

Un manual de procedimientos es un documento que describe de manera detallada y estructurada las diversas actividades que lleva a cabo una organización. Puede abarcar los procesos de toda la empresa, de un área o departamento específico, o de un puesto en particular. Su elaboración corresponde a la misma agencia u organización que lo utilizará, garantizando que la información presentada sea clara, ordenada, sistemática y comprensible para su correcta aplicación.

- **Manual de servicio:**

Documento que describe los servicios que ofrece una dependencia, o a un recurso que explica cómo usar, mantener, reparar o solucionar problemas de un producto o servicio.

- **Cliente:**

Un cliente es una persona que adquiere los productos o servicios de una empresa, convirtiéndose en un consumidor desde la perspectiva empresarial. Puede tratarse de un cliente frecuente, que realiza compras de manera regular, o de un cliente ocasional, que efectúa una única transacción.

- **Atención al cliente:**

La atención al cliente es un proceso empresarial que integra herramientas tecnológicas y estrategias de marketing con el objetivo de optimizar la experiencia del usuario. Representa la manera en que una empresa interactúa con sus clientes, tanto en el momento

de la compra como en la etapa posterior, brindando asistencia ante posibles inconvenientes y asegurando su satisfacción.

- **Satisfacción:**

La satisfacción se define como el cumplimiento de un deseo o la resolución de una necesidad, lo que genera una sensación de paz y tranquilidad. En este sentido, las personas experimentan satisfacción cuando alcanzan sus objetivos o logran sus aspiraciones, lo que contribuye a un estado de bienestar y felicidad.

- **Experiencia del cliente:**

Es un proceso complejo que requiere la investigación y el análisis de las acciones, preferencias y opiniones de los clientes, con el propósito de adquirir un conocimiento más profundo de sus necesidades. Esto permite la implementación de mejoras continuas y el desarrollo de estrategias de venta más eficaces, adaptadas al perfil de cada cliente.

- **Calidad:**

La calidad, en el contexto de productos y servicios, puede definirse de diversas maneras según el enfoque adoptado. Puede referirse al cumplimiento de estándares y especificaciones, a la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente o a la excelencia en el diseño, producción y entrega del bien o servicio. El producto puede satisfacer necesidades del cliente, valor agregado, cosas que productos similares no tienen, relación costo/beneficio, etc.

- **Restauración:**

Se especializa en la preparación y venta de alimentos y bebidas (restaurantes, bares, cafeterías), pero la hostelería también presta servicios como alojamiento, eventos y entretenimiento.

- **Restaurante:**

El término francés restaurante ingresó a nuestro idioma con el significado de restaurante o restaurante. Se trata de un negocio que brinda diversos tipos de alimentos y bebidas para su consumo dentro del local. Este consumo debe ser pagado por el cliente, comúnmente conocido como restaurante.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3. Métodos investigativos

La metodología de investigación es un aspecto fundamental para asegurar la calidad y validez de un estudio en este campo. Según Montero y León (2005), se define como el conjunto de métodos y técnicas empleadas para desarrollar una investigación, permitiendo responder de manera efectiva a las preguntas planteadas.

3.1. Enfoque de investigación

Según Ortega (2018), la investigación es un proceso metódico, estructurado y sistemático orientado a la resolución de problemas. Su desarrollo organizado permite generar nuevos juicios lógicos o alternativas viables para su solución, con el propósito de profundizar en el conocimiento y contribuir a su expansión.

La investigación nace de la necesidad humana de responder a los problemas de la vida cotidiana. Para ello, es fundamental establecer un método que oriente los procesos de manera eficiente, permitiendo obtener resultados que faciliten la interpretación y comprensión de los fenómenos de interés.

3.1.1. Enfoque mixto

El enfoque mixto integra de manera sistemática los métodos cualitativos y cuantitativos dentro de un mismo estudio, permitiendo un análisis conjunto de ambos tipos de datos. Esta combinación facilita una comprensión más profunda del fenómeno investigado, ya que aprovecha las fortalezas de cada método. Se emplea cuando la complejidad del problema de investigación requiere una perspectiva más amplia que no podría alcanzarse utilizando solo uno de estos enfoques por separado. (Guelmes & Nieto, 2015).

3.1.1.1. Enfoque cualitativo

La investigación cualitativa abarca cinco dimensiones esenciales en su aplicación a distintos tipos de estudios. Según Barreto y Lezcano (2023), estas dimensiones incluyen el enfoque según el tipo de investigación, el origen del conocimiento que lo sustenta, la recopilación de datos, el análisis de la información y la manera en que se narran los hallazgos.

3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo

La investigación cuantitativa se centra en la medición numérica de variables, empleando la observación sistemática para la recolección y análisis de datos con el propósito de responder a sus preguntas de investigación. Este enfoque se basa en métodos estadísticos, incluyendo la recopilación de datos, la medición de parámetros, el cálculo de frecuencias y el uso de estadígrafos para analizar poblaciones y obtener conclusiones precisas. (Ortega, 2018).

3.2. Tipo de investigación longitudinal

Un estudio longitudinal se caracteriza por la recopilación de datos en múltiples momentos a lo largo del tiempo, permitiendo un seguimiento continuo de las variables analizadas. Debe incluir al menos tres mediciones, ya que cualquier estudio cuenta con una evaluación inicial y otra final. Este enfoque facilita la identificación de cambios y tendencias, proporcionando resultados novedosos y relevantes para la investigación. (Cais et al., 2014). Los estudios longitudinales suelen emplear encuestas como herramienta principal para la recolección de datos, ya sean cualitativos o cuantitativos. Este método permite analizar la evolución de las variables a lo largo del tiempo, proporcionando información detallada sobre los cambios y tendencias observados en la población estudiada.

3.3 Métodos de investigación

La investigación descriptiva es un estudio de segundo nivel, de carácter inicial, cuyo propósito principal es recopilar datos e información sobre las características, propiedades y dimensiones de personas, agentes e instituciones dentro de los procesos sociales. Según Aguilera (2013), "la investigación descriptiva comprende la colección de datos para probar hipótesis o responder a preguntas concernientes a la situación corriente de los sujetos del estudio. Un estudio descriptivo determina e informa los modos de ser de los objetos". Este tipo de investigación también puede denominarse investigación diagnóstica o de levantamiento de datos, ya que permite obtener un panorama detallado de la realidad estudiada.

3.3.1. Método analítico

El método analítico es una estrategia de investigación que implica la descomposición de un todo en sus partes o elementos con el fin de analizar sus causas, naturaleza y efectos. Se basa en la aplicación de la experiencia directa, en línea con el empirismo, para obtener pruebas que permitan verificar o validar un razonamiento mediante herramientas verificables, como estadísticas, observación de fenómenos o replicación experimental. Este método resulta especialmente útil en áreas de estudio novedosas o poco exploradas, así como en investigaciones descriptivas, ya que permite identificar relaciones esenciales y características fundamentales del objeto de estudio. (Díaz, 2010).

3.3.2. Método deductivo

El método deductivo se fundamenta en la obtención de conclusiones a partir de una premisa o un conjunto de proposiciones consideradas verdaderas. Según Westreicher (2020), "el método deductivo consiste en extraer una conclusión con base en una premisa o a una serie de proposiciones que se asumen como verdaderas". Este enfoque utiliza la lógica como base para estructurar argumentos y analizar información. Puede aplicarse de

manera directa, cuando parte de una única hipótesis, o indirecta, cuando se sustenta en dos o más hipótesis para llegar a una conclusión válida.

3.3.3. Método aplicativo

La ejecutora lo define como “Es un estudio que tiene como objetivo aplicar los conocimientos adquiridos mientras se generan nuevos, en función del tipo de investigación que se lleve a cabo. Este enfoque permite no solo la validación de teorías previas, sino también el desarrollo de nuevos hallazgos que contribuyan al avance del conocimiento en el área de estudio.” (Sánchez, 2013). Es decir, este método nos ayuda a conocer los resultados de diferentes investigaciones anteriores respecto al mismo tema, obtener mayor familiaridad con la investigación tratada y poder dar nuestra opinión respecto al mismo.

3.4. Instrumentos y técnicas para el levantamiento de la información

El autor nos dice que “Las técnicas de investigación comprenden el conjunto de herramientas y métodos utilizados por la ciencia para ampliar su campo de conocimiento. Estas permiten analizar tanto el comportamiento humano, ya sea a nivel individual o colectivo, como la dinámica de fenómenos naturales, incluyendo la conducta animal.” (Montagud & Galilei, 2024). Es decir que mediante las diferentes técnicas se puede obtener una gran cantidad de información sobre el tema que desees.

3.4.1. Técnicas de campo

Para este autor “La investigación de campo recopila los datos directamente de la realidad y permite la obtención de información directa en relación a un problema”(Rus, 2020). Es decir que con esta técnica se logra obtener y recopilar diferente tipo de información de forma directa sobre el tema, pudiendo ser está de primera mano de forma verídica mediante distintas técnicas aplicadas, escogiendo la que más se acomode al caso y tipo de datos que se requiera obtener en la investigación.

3.4.1.1. Encuesta

Con relación a la encuesta el investigador dice que “La encuesta tiene como objetivo principal medir las características de una población a través de la recolección de datos obtenidos de las respuestas proporcionadas por los encuestados. Posteriormente, estos datos son analizados estadísticamente para identificar tendencias, comportamientos y patrones relevantes dentro del grupo estudiado.” (Montagud, 2020). Es decir, a partir de los diferentes datos obtenidos en la encuesta aplicada (según sea el tema escogido) se puede obtener un porcentaje estadístico por parte de la población en la cual se aplicó la encuesta sobre un tema concreto.

3.4.1.2. Entrevista

Según Galán (2009), "la entrevista es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto". Este método se considera más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener información más completa. Además, facilita la recolección de datos verídicos sobre un tema específico, los cuales pueden ser utilizados según los objetivos de la investigación.

3.4.1.3. Observación

El investigador centrará su análisis en las técnicas de recopilación de información a través de la observación, más que en el método en sí mismo. Su objetivo es diferenciar entre la observación como técnica de recolección de datos mediante observadores directos (en un sentido estricto) y el uso de cuestionarios de encuesta (en un sentido amplio). Asimismo, establecerá una distinción entre la observación y la experimentación. En este contexto, la observación representa la fase inicial de la investigación, en la que se busca familiarizarse con un fenómeno o situación específica, describirlo detalladamente y analizarlo para formular una hipótesis coherente con los conocimientos previos. (Fabbri, 1998).

3.4.2. Técnicas de Investigación Documental

Las técnicas de investigación documental se refieren a los métodos y fundamentos necesarios para llevar a cabo este tipo de estudio de manera adecuada. Según Tancara, "el concepto de investigación documental no solo abarca la actividad realizada por bibliotecarios, documentalistas y analistas de información, sino también los trabajos de búsqueda de información desarrollados por los investigadores". Esto implica la recopilación, análisis y sistematización de datos obtenidos de diversas fuentes con el propósito de construir un marco teórico sólido y fundamentado. (Tancara, 1993).

3.4.2.1. Análisis de la información

De acuerdo con Lucio López (2016) cuando hablamos de análisis de la información, nos referimos a una forma de realizar o llevar a cabo una investigación, con el objetivo principal de la investigación documental es captar, evaluar, seleccionar y sintetizar los mensajes implícitos en los documentos consultados. A través del análisis de sus significados en relación con un problema previamente definido, esta técnica facilita la toma de decisiones y permite ajustar estrategias para resolverlo de manera efectiva.

3.4.2.2. Referencias

La investigación bibliográfica es una de las técnicas más fundamentales y utilizadas en el ámbito académico y científico. Se define como la etapa de la investigación en la que se explora la producción de la comunidad académica sobre un tema específico, constituyendo un elemento esencial para asegurar la rigurosidad y el carácter científico de una publicación. Consiste en un conjunto de actividades orientadas a localizar, analizar y recopilar documentos relacionados con un tema o un autor, con el propósito de construir un marco teórico sólido y fundamentado. (Hernández, 2013).

3.4.2.3. Citas

Una de las técnicas de investigación fundamentales en un trabajo investigativo son las citas, en el ámbito académico, parafrasear es la incorporación de una idea expresada en el trabajo de otro. Al incorporar información a nuestro trabajo, debemos dar el crédito adecuado identificando el autor y el trabajo al que incorporamos la idea de referencia. La información sobre la fuente a la que se hace referencia la idea debe volver a publicarse para que nuestros lectores puedan acceder a ella y revisar. (Sánchez, 2020).

3.4.2.4. Paráfrasis:

La paráfrasis como técnicas de investigación también es muy común y una herramienta fundamental que aporta mucho a los trabajos investigativos, pues aporta al entendedor conocimiento al momento de parafrasear un texto. Guerrero define la paráfrasis de una manera simple pero concisa e indica lo siguiente: La paráfrasis es un proceso de reformulación de un fragmento textual mediante el uso de palabras y estructuras diferentes al original. También se conoce como cita indirecta o cita contextual, ya que permite expresar una idea manteniendo su significado esencial, pero con una redacción propia. (Murillo et al., 2023).

3.5. Metodología de trabajo

El grupo de investigación por medio de técnicas de campo, lo cual encuentra problemas de falta de capacitación al personal de servicio al cliente en el área gastronómica de Cuenca, evidenciando bajo referencias una grave problemática que afecta el turismo como directamente la calidad y los estándares de servicio de los diferentes restaurantes afectando su credibilidad.

La investigación realizada propone la creación de un manual de servicio para AREC, este material sirve de gran apoyo para las personas que están dentro del área de servicio, así también como para los dueños de restaurantes, lo cual aseguran un buen

servicio al consumidor llevando experiencias y un servicio de calidad, por lo tanto, aumenta la rentabilidad y credibilidad del negocio.

Esta propuesta de manual de servicio con información dentro de la formación profesional para las personas que laboran o les interese el área de servicio al cliente en restauración, posteriormente el proyecto será socializado y presentado a la Asociación de Bares y Restaurantes de Cuenca (AREC) esperando tener una acogida satisfactoria de nuestro material de investigación.

3.6. Población

La población total que se ha considerado para este proyecto es el conjunto de restaurantes registrados en la base de datos del AREC, que suman un total de 638 establecimientos clasificados con categorías desde un tenedor hasta los cinco tenedores.

Este universo de 638 restaurantes representa el segmento más amplio de la industria gastronómica que se ha tomado en cuenta para el análisis y desarrollo de este proyecto. Al enfocarse en los establecimientos de categorías intermedias, se busca obtener una visión más comprehensiva de las tendencias, necesidades y oportunidades que caracterizan a la mayoría de los negocios del sector.

La selección de esta población como base del estudio permitirá generar insights valiosos sobre el desempeño, los retos y las mejoras que pueden implementarse en los restaurantes de niveles medios, lo cual servirá de insumo fundamental para elaborar estrategias y propuestas que beneficien a este amplio segmento de la industria gastronómica local.

3.7. Muestra

Los restaurantes seleccionados para la presentación de este proyecto provienen de la base de datos del AREC (Asociación de Restaurantes y Establecimientos Conexos). Se

trata de un total de 90 establecimientos que han sido clasificados dentro de las categorías de tres a cinco tenedores, lo cual el grupo de investigación se dirigió a encuestar a 15 restaurantes para la obtención de datos cualitativos como cuantitativos para plantear la problemática.

Esta muestra representa un segmento específico del sector gastronómico, enfocándose en los restaurantes que han logrado una mayor distinción y calidad en sus servicios, según los estándares establecidos por la entidad reguladora. Al centrar el análisis en este grupo, se busca obtener una visión más precisa del desempeño y las tendencias de los negocios que se destacan dentro de la industria.

El enfoque en estas categorías superiores permite evaluar las mejores prácticas, los retos y las oportunidades que enfrentan los restaurantes de mayor nivel, lo cual servirá de insumo clave para el desarrollo del proyecto y las estrategias que se propondrán.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4. Análisis de datos

A continuación, se presentan datos que demuestran la factibilidad de un manual de servicios aplicado a los distintos profesionales del área gastronómica en la ciudad de Cuenca, los mismos que tienen experiencia en el área de servicio y por ende les interesa sobre la fidelización del cliente hacia el restaurante.

Se aplicó un método de tipo analítico, deductivo y aplicativo ya que se realizaron encuestas al inicio y al final del estudio para verificar los problemas que se presentan y si se solucionaron los mismos después de la aplicación del mismo. En las encuestas se encontrará las siguientes afirmaciones relacionadas con un manual de procedimientos, lo cual se realizó una a 5 personas conocedoras del área. En el siguiente gráfico se presenta datos en porcentajes que va de la siguiente manera 100% = 5 personas, 80% = 4 personas, 60% = 3 personas, 40% = 2 personas, 20% = 1 persona, realizando la siguiente calificación en diferentes **escalas**:

A. = Totalmente en desacuerdo

B. = En desacuerdo

C. = Neutral

D. = De acuerdo

E. = Totalmente de acuerdo

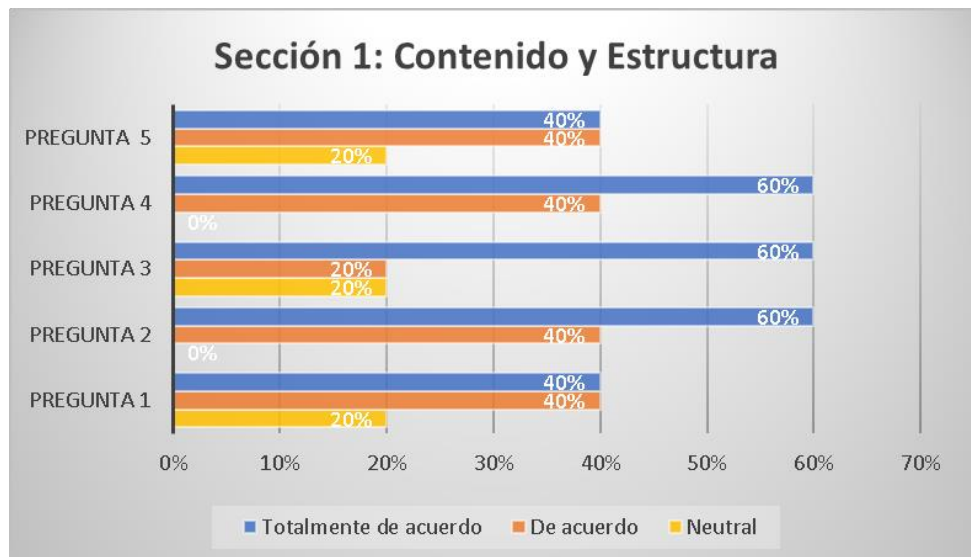
4.1. Análisis e interpretación de datos del gráfico N.º 1

El grupo de investigación al momento de realizar el respectivo análisis y recopilar información realizada para la validación del manual de servicio, se utilizó el método de campo como es las encuestas divididas en secciones, se encuentra como

primera la sección 1 que corresponde al contenido y estructura, por lo tanto, se formula las siguientes preguntas con su respectivo análisis:

- **Los módulos del manual están organizados de manera lógica y coherente:** En esta pregunta tenemos como porcentaje el del 40% en la escala (E-D), así también como el 20% en la escala de (C). Demostrando de esta manera que los módulos del manual están organizados de manera lógica y coherente
- **El contenido presentado es relevante para el ámbito de servicio A & B:** El porcentaje en base a esta pregunta es del 60% en escala (E) y 40% en escala (D). En este gráfico se puede observar que el contenido presentado en el manual es relevante para el ámbito de servicio.
- **Los temas abordados cubren todos los aspectos necesarios del servicio:**
Los porcentajes con respecto a esta pregunta son 60% en escala (E), en porcentaje del 20% en la escala de (D-C). Identificando que los temas que se abordaron en este manual de servicio son necesarios a la hora del servicio.
- **Las explicaciones son claras y fáciles de entender:** La pregunta tiene el 60% en escala de (E) y 40% en escala de (D). Por otra parte, las escalas (A-B) no obtuvieron votación. Los participantes de estas encuestas nos demuestran que las explicaciones son claras y fáciles de entender.

Gráfico: 1 *Contenido y Estructura*



Fuente: Encuestas de validación del manual de servicio
Autor: Los Autores 2025

4.2. Análisis e interpretación de datos del gráfico N.º 2

En el análisis e interpretación de datos del gráfico (2) se puede observar las respuestas dadas por las personas encuestadas, lo cual se basa en responder las siguientes preguntas de la sección 2: Aplicabilidad Práctica

- **El manual proporciona información práctica que puede implementarse inmediatamente:** Tenemos el 60% que corresponde a la escala (D) y del 40% en la escala (E). Se entiende que si se puede implementar el manual.
- **Las técnicas y procedimientos descritos son aplicables en el contexto que se labora:** Los resultados son 60% a la escala (E) y del 40% en la escala (D) lo cual, es aplicable al área laboral.
- **Los protocolos de servicio son realistas y ejecutables:** El 40% con la escala (E-D) y porcentaje es del 20% en la escala (C) se puede decir que los protocolos se adecuan al servicio.
- **Las recomendaciones se pueden adaptar a diferentes tipos de establecimientos:** Los resultados según el análisis, el 60% que corresponde a la

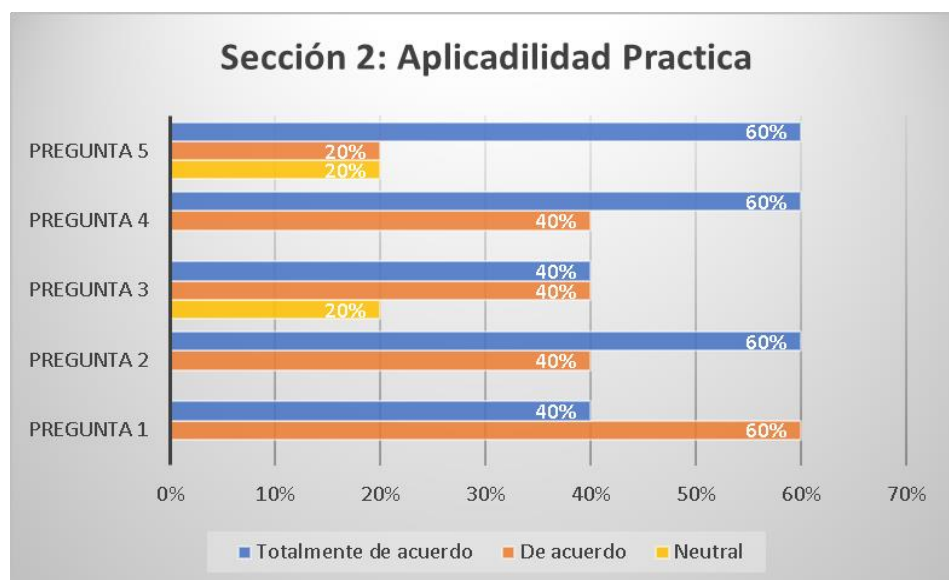
escala (E) y el 40% con la escala (D) se entiende que las recomendaciones son adaptables.

- **Los procedimientos descritos son viables en términos de recursos y tiempos:**

Según el análisis, el 60% que corresponde a la escala (E) y del 20% en la escala (C-D) dan como respuesta a que los recursos de los procedimientos son viables.

En esta sección no se obtienen datos de las escalas (A-B) dando así un buen resultado en cuanto a la aplicabilidad.

Gráfico: 2 *Aplicabilidad Práctica*



Fuente: Encuestas de validación del manual de servicio
Autor: Los Autores 2025

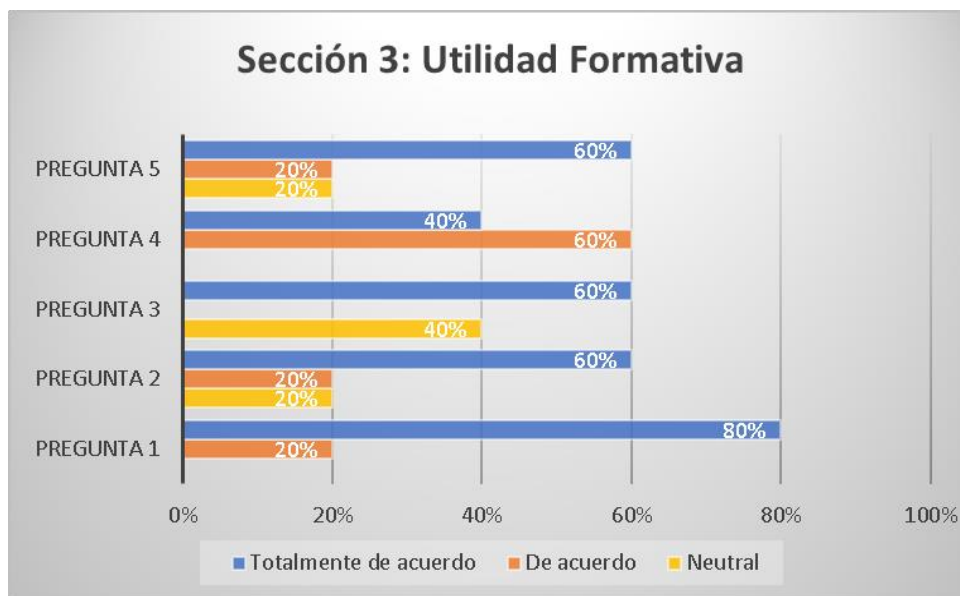
4.3. Análisis e interpretación de datos del gráfico N.º 3

El grupo de investigación al momento de observar el campo de estudio y recopilar información, para la validación del manual se realizó una sección 3 de preguntas dentro de la Utilidad Formativa. En el gráfico tenemos la siguiente calificación en escalas y porcentajes a las preguntas propuestas:

- **El manual es una herramienta útil para la capacitación del personal nuevo:** En respuesta tenemos el 80% corresponde a la escala (E) con mayor porcentaje y el último porcentaje es del 20% en la escala (D) dando como resultado que es una herramienta prioritaria para el personal entrante.
- **El contenido ayuda a estandarizar los procesos de servicio:** La pregunta tiene el 60% de porcentaje en la escala (E) y del 20% en las escalas (D-C) teniendo el mayor porcentaje de votos positivos.
- **Los conceptos presentados contribuyen al desarrollo profesional del personal:** Los porcentajes con el 60% en la escala (E) y 40% con la escala (C) notando que los conceptos benefician al desarrollo del personal.
- **Las técnicas de resolución de conflictos son útiles y prácticas:** Los datos son el 60% de porcentaje a la escala (D) y el 40% con la escala (E), las técnicas que se aplicaron al manual son aplicables.
- **El material sobre servicio al cliente es valioso para mejorar la atención:** La pregunta tiene como porcentaje el 60% en escala (E) y del 20% en las escalas (D-C). El material según las respuestas es meritorio para la mejora de la atención.

Las respuestas a esta sección fueron muy acogidas dando un porcentaje alto en todas las preguntas, por otro lado, no se obtienen datos de las escalas (A-B).

Gráfico: 3 *Utilidad Formativa*



Fuente: Encuestas de validación del manual de servicio
Autor: Los Autores 2025

4.4. Análisis e interpretación de datos del gráfico N.º 4

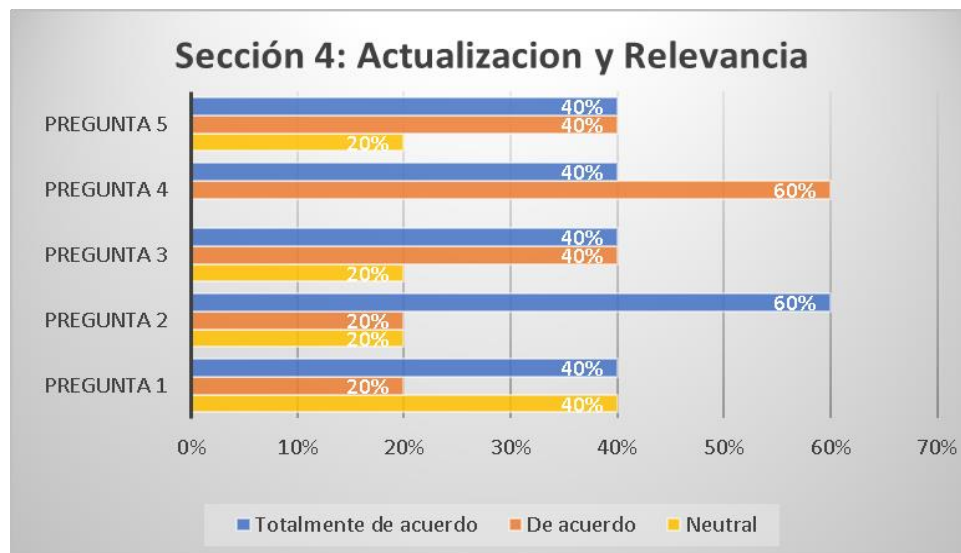
Los investigadores al recopilar datos en la encuesta de la sección 4 que corresponde a la Actualización y Relevancia se observó los siguientes resultados y rangos obtenidos en cuanto a las preguntas que se propuso que son:

- **El contenido refleja las tendencias actuales de A & B:** En la pregunta se obtiene el 40% en las escalas (E-C) y del 20% en la escala (D) de porcentajes, hay una igualdad de respuesta, lo cual, tenemos un contenido actualizado.
- **Las técnicas y procedimientos están actualizados:** El porcentaje es del 60% que corresponde a la escala (E) y del 20% en las escalas (D-C), según las respuestas se presentó actualizaciones útiles en los procedimientos.
- **El manual aborda las necesidades actuales del mercado local:** Se presentó el 40% en escalas de (C-D) y del 20% en la escala (C), dando un resultado intermedio pero positivo.

- **La información sobre la tecnología y tendencias es pertinente:** El 60% de porcentaje corresponde a la escala (D) y el 40% en escala de (E), las tendencias y tecnologías propuestas son aceptables.
- **Las referencias y ejemplos son modernos:** El resultado es del 40% en escalas de (D-E) y del 20% en la escala (C), teniendo una respuesta factible por parte de los encuestados.

La actualización y relevancia en el manual fue bien acogida por parte de las personas encuestadas teniendo en cuenta que no se tiene datos de las escalas (A-B).

Gráfico: 4 Actualización y Relevancia



Fuente: Encuestas de validación del manual de servicio
Autor: Los Autores 2025

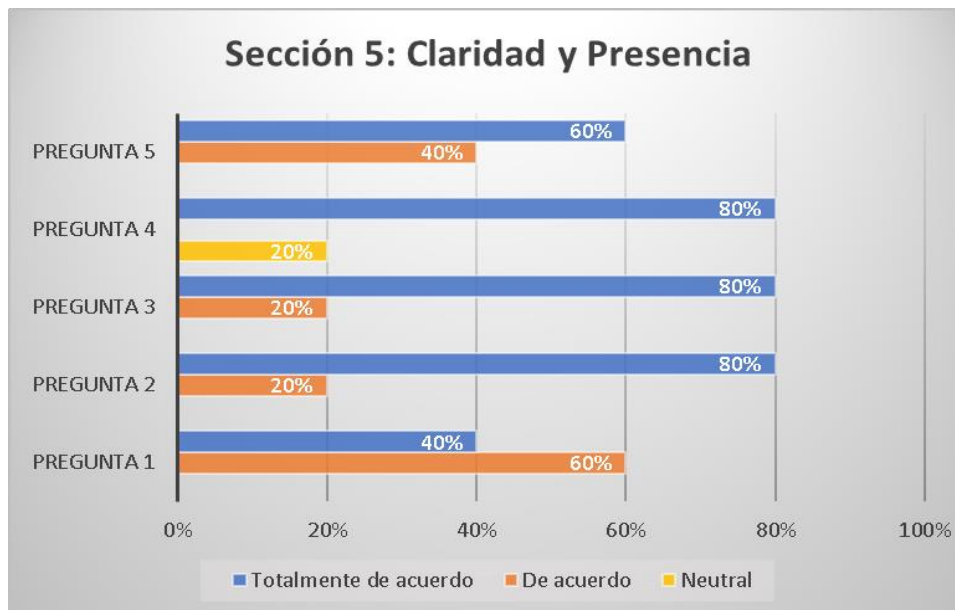
4.5. Análisis e interpretación de datos del gráfico N.º 5

En el análisis e interpretación de datos del gráfico se exponen las respuestas dadas por las personas que respondieron a la sección 5 que corresponde a la Claridad y Presencia del manual lo cual se encuentran los siguientes puntos:

- **Los gráficos y tablas son claros y ayudan a la comprensión:** El 60% de las personas en escala (D) comprenden los gráficos y el porcentaje del 40% en la escala (E) es satisfactorio.
- **El lenguaje es apropiado y comprensible:** Respondieron el 80% que se refiere a la escala (E) un entendimiento total como comprensible y el porcentaje de 20% con escala de (D) que es apropiado en la comprensión.
- **La estructura de los módulos facilita el aprendizaje:** Se obtuvo el 80% que es hacia la escala (E), dando un reconocimiento alto a lo estructurado y el porcentaje de 20% con escala de (D) que bien explicado los módulos.
- **Los procedimientos están aplicados paso a paso de manera clara:** Esta pregunta tiene el 80% que se refiere a la escala (E) y el porcentaje de 20% con escala de (C), se obtiene la mayoría de votos que los procedimientos son muy claros.
- **Los recursos visuales complementan efectivamente el contenido:** El porcentaje del 60% con la escala (E) corresponde a las personas que apoyan a la pregunta positivamente, al igual que el 40% en la escala (D).

En la sección 5 se revelan se observa datos de las escalas (A-B). El manual presenta un alto porcentaje en cuanto a claridad y relevancia, hacia los encuestados para la comprensión clara de todos los módulos.

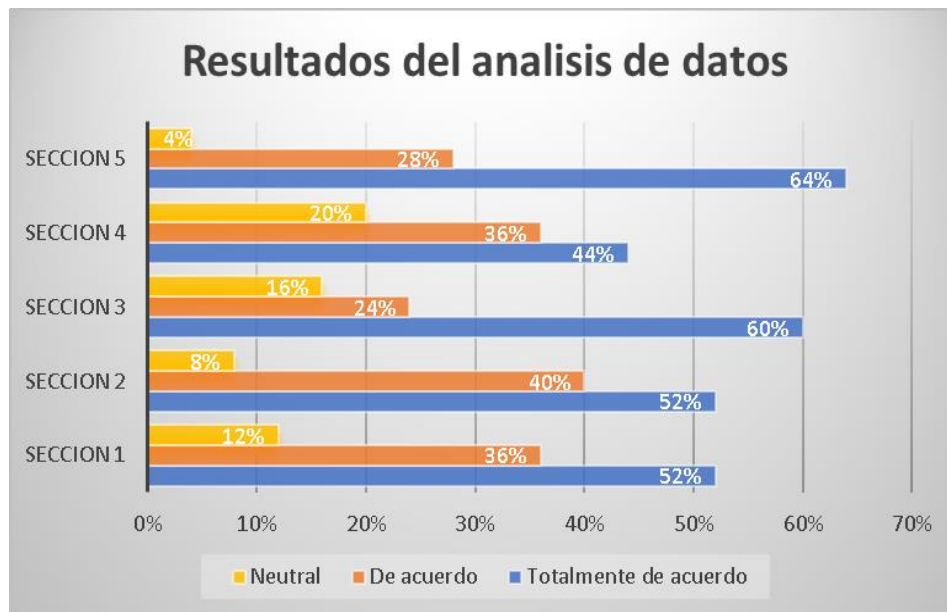
Gráfico: 5 *Claridad y Presencia*



Fuente: Encuestas de validación del manual de servicio
Autor: Los Autores 2025

4.6. Resultados del análisis de datos

La interpretación de datos de las secciones anteriores después del análisis se realizó un gráfico general donde se observa el porcentaje de votos que están dentro del 44% y 64% que corresponde a la escala (E), también esta con el 24% al 40% en la escala (D) y por último tenemos del 4% al 20% en la escala (C), dando así un resultado factible del manual de servicio por un alto porcentaje en la escala de totalmente de acuerdo en todas las secciones propuestas.

Gráfico: 6 Resultados del análisis de datos

Fuente: Encuestas de validación del manual de servicio
 Autor: Los Autores 2025

4.7. Conclusión del análisis e interpretación de datos

Basado en la información y análisis recolectados se encontró datos favorables dentro del campo de estudio, como primer punto de apoyo es la encuesta realizada a diferentes personas que conocen del área de servicio como a profesionales en el tema de gastronomía, está generó información para el análisis de datos, dentro de la problemática se pudo determinar las falencias en el servicio al cliente por cuestiones de falta de conocimiento sobre el tema o material de apoyo para la realización de sus actividades. En el objetivo se propone la implementación de un manual de servicios, lo cual ayuda a fortalecer las capacidades de los colaboradores, en cuanto en procesos, normativas, protocolos, atención al cliente, dando así un servicio de calidad y creando buenas expectativas como experiencias al comensal.

Concluyendo el previo análisis e interpretación de datos se llegó a una resolución que la propuesta fue factible con mayores votos positivos, dentro de todas la secciones

obteniendo un rango del 44%-64% de validación, así también hubo trabas en el proceso de la investigación ya que el manual se dirige prioritariamente a la Asociación de Restaurantes y Bares de la ciudad de Cuenca (AREC), por razones no detalladas no se pudo realizar la encuesta a esta asociación, lo cual se procedió a obtener datos de profesionales del área.

Por otro lado, en la encuesta existen comentarios sobre lo que se pudo haber incluido al manual como es protocolo de bebidas soft, nuevas tendencias en técnicas como normativas, también el contenido más corto y para obtener la implementación del manual se requiere tiempo como recursos por parte del empleador esta dificulta que los colaboradores se capaciten y brinden un buen servicio, estos comentarios aporta información para mejorar y poder brindar un producto de calidad.

CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

5. Manual de servicio

Para solucionar la problemática presentada en este proyecto, se propone un manual de servicio, cuyo objetivo es proporcionar una guía práctica para un sistema de gestión de la industria alimentaria ya que se ha observado que las mismas enfrentan desafíos en término de calidad y servicio.

Esta manual se divide en doce capítulos:

- 1.- Introducción al sector de alimentos y bebidas
- 2.- Normativas de higiene y seguridad alimentaria
3. Adaptación a restricciones dietéticas y menús especiales.
4. Procedimientos operativos estándar (POEs) y protocolos de servicio.
5. Servicio al cliente y etiqueta profesional.
- 6.- Atención al cliente y servicio de calidad.
- 7.- Gestión de eventos y banquetes
- 8.- Servicio de bar y vinos.
- 9.- Estrategias de fidelización y resolución de conflictos.
- 10.- Gestión de inventarios y control de costos
- 11.- Capacitación y evaluación del personal.
- 12.- Glosario y recursos adicionales.

El manual surgió de la necesidad de una orientación sobre cómo servir al cliente proporcionando una gestión eficiente en la calidad del sector gastronómico. El manual se proyecta como una orientación para un servicio óptimo en los diferentes restaurantes de la ciudad de Cuenca.

En el siguiente manual de servicio se obtendrá información sobre los distintos procesos, protocolos, servicios, estrategias, capacitaciones, gestiones que son necesarias

en la industria gastronómica para el buen servicio y la fidelización de la clientela con el establecimiento.

Ilustraciones 5: *Portada del manual de servicio*



Fuente: Foto de la portada del manual de servicio
Autor: Los Autores 2025

CONCLUSIONES

La creación de este manual de servicio ha sido un proceso detallado y metódico que ha facilitado la identificación y organización de los procedimientos y normas requeridos para asegurar una experiencia satisfactoria para los clientes. El trabajo presentado en esta tesis sirve como una guía completa y funcional para el personal de servicio, promoviendo la comprensión y puesta en práctica de los estándares definidos en el ámbito laboral. Con su puesta en marcha, se pretende lograr un impacto relevante en la optimización de la calidad, la satisfacción del consumidor y la competitividad de la compañía.

La satisfacción del cliente es la parte primordial en cuanto al servicio, se identificó los factores más comunes en estos se encuentran el servicio al cliente, falta de capacitación del personal nuevo, como llevar las situaciones de conflicto, dando como resultado una propuesta de un manual de procedimientos en el área de servicio donde se encuentra cada uno de los temas necesarios para un servicio de calidad.

En el manual se adecuo material visual para el mejor entendimiento de los procedimientos que debe llevar a cabo, por lo tanto, se estableció, tablas, gráficos, ilustraciones comprensibles en cuanto al servicio, protocolos así también como temas relevantes en la atención y satisfacción del cliente, lo cual, fue aceptado por los encuestados dando una relevancia en el material presentado.

La presentación de la propuesta a la Asociación de Bares y Restaurantes de Cuenca (AREC), fue suspendida por motivos inesperados, por lo cual se procedió a realizar las respectivas encuestas a personas conocedoras del área de servicio en el ámbito gastronómico, dando como resultado una acogida positiva del manual de servicio

RECOMENDACIONES

A nivel institucional

- Para el desarrollo de la investigación se debe tener en cuenta las dificultades que pueden ocurrir en el transcurso del trabajo, por lo cual es necesario contar con un campo de estudio factible.
- La propuesta del manual de servicio es un material muy útil en cuanto a proporcionar información necesaria para la capacitación y desarrollo del personal.
- El manual de servicios ayuda a capacitar y dar una guía previa a los nuevos colaboradores, por lo tanto, es necesario que un manual esté disponible ya sea físico como digital.

A nivel técnico

- En relación a los temas abordados se recomienda una mayor investigación en el ámbito de tendencias actuales y procedimientos en tendencia.
- Para una mayor eficacia de los resultados se recomienda una investigación a largo plazo ya que se puede contar con una mayor cantidad de población encuestada para un mejor estudio del campo.
- Difusión del manual a restaurantes de la ciudad para la guía de nuevos colaboradores en los distintos establecimientos de la ciudad.

A nivel teórico

- Con respecto a la estructura del manual no hacerlo muy extenso, la recomendación sería un modelo más corto para no cansar al lector con demasiado texto.
- Adición de más elementos gráficos para demostrar ejemplos prácticos.

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.
- Aguilera, R. (2013, 04). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios políticos (México)*.
- Alvia, A., & Molina, O. (2023). Manual de procedimientos para el departamento de alimentos y bebidas. Caso restaurantes de Ligüiqui, Manta [tesis de pregrado]. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Ecuador.
<https://repositorio.ulead.edu.ec/handle/123456789/4886>
- Andrade, E., & Santa Cruz, J. (2024, julio 15). Estudio de caso: Turismo gastronómico y calidad de servicio para los comensales del restaurante El Tío Jhony del Distrito de Sullana, 2023. *Revista Científica Aypate*, pág. 44.
- Barreto, J., & Lezcano, A. (2023). Análisis y fundamentación de los diseños de investigación: explorando los enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos basados en Creswell & Creswell (2018). *Revista UNIDA Científica, vol.7(n.2) *, 110-117.
<https://revistacientifica.unida.edu.py/publicaciones/index.php/cientifica/article/view/179>
- Bilski, E. (s.f.). Características de un Manual de Procedimientos. Obtenido de
<https://www.caracteristicass.de/manual-procedimientos>
- Cais, J., Folguera, L., & Formoso, C. (2014). Investigación Cualitativa Longitudinal. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Cadena Miranda, D. I., Muñoz Macías, S. C., Granados Rivas, Y. E., & Méndez Rivas, E. A. (2023). La relación con el cliente en el comercio minorista. *Journal of Science and Research, 8(CIID-EQ-2023) *, 285–298. Recuperado a partir de
<https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/3041>
- Coronel, J., Basantes, R., & Vinuesa, A. (2019, 03 04). Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador). *Revista Espacios, Vol.* 40(N.º 7), Pág. 9.
<https://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>
- Cunias, L. (2022). Metodología de las 5S para el mejoramiento de la calidad del servicio del restaurante Algas Marinas Chiclayo [Tesis]. Chiclayo, Perú.
- Díaz, V. (2010). El método analítico Juan Diego Lopera, Carlos Arturo Ramírez, Marda Ucaris Zuluaga y Jennifer Ortiz (2010). *Revista de Psicología Universidad de Antioquia, Vol. 2*.

- Fabbri, M. (1998). Las técnicas de investigación: la observación. Retrieved 10 26, 2024, from humyar.unr.edu.ar/escuelas/3/materiales%20de%20catedras/trabajo%20de%20campo/solefabril.htm
- Fond, M., & Blanco, G. (2018, noviembre 15). Calidad del servicio en el proceso alimentos y bebidas de un hotel en Ecuador. *ECA Sinergia, vol. 2*, 80-90. : https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v9i2.1125
- Galán, M. (2009, May 29). La entrevista en investigación. *Metodología de la investigación*. Retrieved October 25, 2024, from <https://manuelgalan.blogspot.com/2009/05/la-entrevista-en-investigacion.html>
- Giuseppe, P., Wagner, D., Fernández, L., Dutra, P., & Pinheiro, P. (2012, junio). Gestión de calidad del servicio de alimentos y bebidas: La importancia del manipulador de alimentos en la calidad del servicio hotelero de la ciudad de João Pessoa, Brasil. *Estudios y perspectivas en turismo, Vol. 21*.
- Guelmes, E., & Nieto, L. (2015, 05). Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano. *Revista Universidad y Sociedad, vol.7*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000100004
- Gómez, G. (01 de diciembre de 2020). Manual de procedimientos: qué es, objetivos, estructura y su justificación frente al control interno. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/manuales-procedimientos-uso-control-interno/>
- Hernández, F. (2013, January 24). Referencias bibliográficas • Características y elementos constituyentes. • Estilos de presentación de las referencias bib. *RiuNet*. Retrieved October 25, 2024, from https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/18996/Bellas%20Artes_24_01_2013_P_2_REFERENCIAS_BIBLIOGR%C3%81FICAS.pdf?sequence=3
- Lucio, A., & López, J. (2016, 4). Dominios científicos, tecnológicos y humanísticos. Instrumento de organización de la ciencia en la Universidad Estatal de Bolívar | *Revista de Investigación Enlace Universitario*. Enlace Universitario. Retrieved October 25, 2024, from <https://enlace.ueb.edu.ec/index.php/enlaceuniversitario/article/view/32>
- María Isabel Asanza Molina, Marisol Massiel Miranda Torres, Rafael Mario Ortiz Zambrano y Jorge Alfredo Espín Martínez (2016): “Manual de procedimiento en la empresa”, *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* (noviembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2016/11/manual.html>

- Montagud, N., & Galilei, G. (2024, March 2). Los 12 tipos de técnicas de investigación: características y funciones. *Psicología y Mente*. Retrieved October 25, 2024, from <https://psicologiaymente.com/cultura/tipos-tecnicas-investigacion>
- Montero, I., & León, O. G. (2005). Sistema de clasificación del método en los informes de investigación en Psicología. *International Journal of Clinical and Health Psychology (Vol. vol. 5, p. 117) *. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33701007>
- Montesdeoca, M., Zamora, Y., Álvarez, M., & Lemoide, F. (2019, mayo 12). La Percepción como Elemento del Comportamiento del Consumidor en Servicios Gastronómicos del Ecuador. *Revista Scientific, vol. 4*, 296.: <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2019.4.12.15.290-311>
- Morales, M. (2021). La calidad de servicio para la satisfacción del cliente en el restaurante Marakos 490 – Chiclayo [TESIS]. En Línea de investigación Gestión Empresarial y Emprendimiento. Pimentel, Peru.
- Murillo, S., Murcia, M., Trejos, A., Herrera, B., Bernal, J., & Gerrero, D. (2023, 01 13). El parafraseo y la negociación de cláusulas contractuales aplicadas al derecho privado económico.
- Ortega, A. (2018, August 8). Enfoques de la investigación. *Clasev*. Retrieved October 26, 2024, from https://clasev.com/pluginfile.php/21199/mod_resource/content/1/Enfoques%20de%20Investigaci%C3%B3n.pdf
- Ortiz, D. (2024). Propuesta para la creación de un restaurante de comida típica en la comunidad de Sucus, parroquia Chaucha, cantón Cuenca [Tesis]. Cuenca, Ecuador.
- Pérez (2006) Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio • 1ª Edición. Ideas propias Editorial. Vigo, 2006
- Rivera, P. a. (2019). “CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS DEL CANTÓN ALAUSÍ”. Riobamba, Ecuador.
- Rodríguez, J. (21 de noviembre de 2022). Manual de procedimientos: qué es y cómo hacer uno. Obtenido de *HubSpot*: <https://blog.hubspot.es/sales/manual-de-procedimientosempres>
- Rus, E. (2020, November 1). Investigación de campo. *Economipedia*. Retrieved October 25, 2024, from <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-de-campo.html>
- Salvador, S. (2021). Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPES del sector servicio, rubro

restaurantes de la urbanización los Aprovechados del distrito de Pillco Marca Huánuco [Tesis]. Lima, Peru.

Sánchez, C. (2020, May 28). Cita de cita – Normas APA. Normas APA. Retrieved October 26, 2024, from <https://normas-apa.org/citas/cita-de-cita/>

Sánchez, L. (2013). ¿Qué es el estudio aplicativo? by Leidy Catherine Sánchez Ascanio. Prezi. Retrieved October 25, 2024, from <https://prezi.com/yfwcfwogdfvh/que-es-el-estudio-aplicativo/>

Siavichay, E., Cárdenas, M., Vega, L., Asanza, D., & Barragán-Landy, M. (2023). Percepción de los clientes sobre la calidad del servicio: un estudio empírico. *Maskana, Vol. 14*, pág. 19. <https://publicaciones.ucuenca.edu.ec/ojs/index.php/maskana>

Silva et al. (2020). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Revista Espacios*.

<https://www.mendeley.com/search/?page=1&query=servicio&sortBy=relevance>

Tancara, C. (1993, 12). La Investigación Documental. *Revistas Bolivianas, 91*.

Thompson, I. (2005). La satisfacción del cliente. *Rev Med (Bolivia), 6*, 31.

Tetreault, D. V. (2008). Escuelas de pensamiento ecológico en las Ciencias Sociales. *Estudios sociales (Hermosillo, Son.), 16(32)*, 227-263.

Vota, A. M. D. G. A., Gastelú, C. A. T., & Muñoz-Repiso, A. G. V. (2011). Competencias en Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) de los estudiantes universitarios. *Revista latina de comunicación social*, (66), 1-26.

Westreicher, G. (2020, May 1). Método deductivo. *Economipedia*. Retrieved October 25, 2024, from <https://economipedia.com/definiciones/metodo-deductivo.html>

Zuleta et al. (2014). Definición de cliente. *Revista de la Facultad de Ciencias*, 16.

file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet -

CalidadDeServicioPercibidaPorLosUsuariosDeLosProgr - 4820641.pdf

Anexos: Encuestas

a) Encuesta de validación del servicio de sala

Anexo 1

Encuesta sobre la “Percepción que se tiene sobre el servicio A&B en restaurantes en Cuenca”

Estimado(a) Experto(a):

Es grato dirigirnos a usted con un cordial saludo y a la vez solicitar de la manera más comedida su colaboración para la validación de contenido del instrumento de investigación que servirá para medir la “Percepción que se tiene sobre el Servicio A&B en Restaurantes de Cuenca”, debido al prestigio, la experiencia profesional y académica que usted goza.

Por cuestiones de logística se establece como fecha máxima para la entrega de este formulario el lunes 21 de junio de 2024, por lo que agradecemos su aporte.

Se solicita llenar sus datos a continuación y al final en la hoja de “Constancia de validación”.

I. Datos Generales del experto/juez

1.1. **Apellidos y Nombres del experto:** Haga clic o pulse aquí para escribir texto.


1.2. **Grado Académico:** Tercer Nivel: Magister: PhD:

1.3. **Profesión (Título profesional):** Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

1.4. **Título de Cuarto Nivel:** Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

1.5. **Institución donde labora:** Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

1.6. **Años de experiencia profesional:** Haga clic o pulse aquí para escribir texto.



Anexo 2

Parte (a) de encuesta de evaluación del servicio de sala al restaurante “Club del Queso”

Club del Queso

Ábrika de calificación servicio (Libre)

Encuesta de Evaluación del Servicio de Sala

Estimado/a Evaluador/a:

Con el objetivo de mejorar continuamente nuestro servicio a través del presente proyecto de investigación, le pedimos unos minutos de su tiempo para completar esta encuesta. Su feedback es fundamental para ayudarnos a construir un manual de servicio excepcional.

Instrucciones:

Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 5 es "Muy de acuerdo".

Indique el tiempo de espera correspondiente en minutos, si es aplicable.

Infraestructura:

La infraestructura del restaurante es cómoda y acorde al concepto de servicio del mismo

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
- ✓ 5. Muy de acuerdo

El mobiliario y la decoración se encuentra funcional y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
- ✓ 5. Muy de acuerdo

El espacio físico, puerta, ventanas y piso del establecimiento se encuentra limpio y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo

Anexo 3

Parte (b) de encuesta de evaluación del servicio de sala al restaurante “Club del Queso”

4. De acuerdo
 X 5. Muy de acuerdo

Los baños del establecimiento están limpios tanto sus baterías sanitarias en el caso de mujeres, puertas, paredes, etc. Están funcionales y tienen todos los elementos necesarios

1. Totalmente en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 3. Medianamente de acuerdo
 4. De acuerdo
 X 5. Muy de acuerdo

Ambientación.

La iluminación de los espacios del restaurante permite tener una experiencia al comensal de acuerdo al concepto del establecimiento.

1. Totalmente en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 3. Medianamente de acuerdo
 X 4. De acuerdo
 5. Muy de acuerdo

La temperatura de la sala es agradable para el comensal.

1. Totalmente en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 3. Medianamente de acuerdo
 4. De acuerdo
 X 5. Muy de acuerdo

La intensidad del servicio de la música es acorde a lo que el cliente espera según el concepto del establecimiento

1. Totalmente en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 3. Medianamente de acuerdo
 X 4. De acuerdo
 5. Muy de acuerdo

Servicios adicionales.

Existen facilidades para los clientes que llegan en auto propio para aparcar en la acera o en un parqueadero del establecimiento.

1. Totalmente en desacuerdo

Anexo 4

Parte (c) de encuesta de evaluación del servicio de sala al restaurante “Club del Queso”

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
 3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

4. La apariencia del personal de servicio, en lo referente a peinado, además del que se uniforme encuentra limpio, en buen estado, planchado
6. Totalmente en desacuerdo
7. En desacuerdo
 8. Medianamente de acuerdo
9. De acuerdo
10. Muy de acuerdo

5. El personal tiene un conocimiento integral del menú y resuelve dudas respecto a la carta de los comensales
Totalmente en desacuerdo
En desacuerdo
Medianamente de acuerdo
 De acuerdo
Muy de acuerdo

6. Las bebidas las sirvieron en un tiempo
Mayor a 20 minutos
Entre 15 y 20 minutos
Entre 10 y 15 minutos
 Entre 5 y 10 minutos
Menor a 5 minutos

7. Las entradas las sirvieron en un tiempo
Mayor a 25 minutos
Entre 20 y 25 minutos
Entre 15 y 20 minutos
 Entre 10 y 15 minutos
Menor a 10 minutos

8. Los platos fuertes los sirvieron en un tiempo
Mayor a 35 minutos
Entre 30 y 35 minutos

Anexo 5

Parte (d) de encuesta de evaluación del servicio de sala al restaurante “Club del Queso”

2. En desacuerdo
 3. Medianamente de acuerdo
 4. De acuerdo
 5. Muy de acuerdo

Las página web / redes sociales del establecimiento permiten obtener la información necesaria y tiempos de respuesta para consultas, reservaciones, son adecuados etc.

1. Totalmente en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 3. Medianamente de acuerdo
 4. De acuerdo
 5. Muy de acuerdo

Recepción del cliente

1. El comensal es recibido por algún miembro del personal de servicio y es ubicado además acompañado hacia una mesa.

1. Totalmente en desacuerdo
 2. En desacuerdo
 3. Medianamente de acuerdo
 4. De acuerdo
 5. Muy de acuerdo

2. El tiempo de espera para ser atendido fue de

1. Mayor a 10 minutos
 2. Entre 8 minutos y 10 minutos
 3. Entre 5 minutos y 8 minutos
 4. Entre 3 a cinco minutos
 5. Menos de 3 minutos

3. El mesero atiende con cordialidad, naturalidad y actitud servicial

Anexo 6

Parte (a) de encuesta de evaluación del servicio de sala al restaurante “Raquel”

Raquel

Rúbrica de calificación servicio (Likert)

Encuesta de Evaluación del Servicio de Sala

Estimado/a Evaluador/a

Con el objetivo de mejorar continuamente nuestro servicio a través del presente proyecto de investigación, le pedimos unos minutos de su tiempo para completar esta encuesta. Su feedback es fundamental para ayudarnos a construir un manual de servicio excepcional.

Instrucciones:

Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 5 es "Muy de acuerdo".

Registre el tiempo de espera correspondiente en minutos, si es aplicable.

Infraestructura:

La infraestructura del restaurante es cómoda y acorde al concepto de servicio del mismo

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

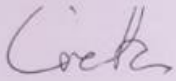
El mobiliario y la decoración se encuentra funcional y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

El espacio físico, puerta, ventanas y piso del establecimiento se encontraba limpio y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo

Anexo 7**Parte (a) de encuesta de evaluación del servicio de sala al restaurante "Cretta"**



Rúbrica de calificación servicio (Likert)

Encuesta de Evaluación del Servicio de Sala

Estimado/a Evaluador/a

Con el objetivo de mejorar continuamente nuestro servicio a través del presente proyecto de investigación, le pedimos unos minutos de su tiempo para completar esta encuesta. Su feedback es fundamental para ayudarnos a construir un manual de servicio excepcional.

Instrucciones:

Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 5 es "Muy de acuerdo".

Registre el tiempo de espera correspondiente en minutos, si es aplicable.

Infraestructura:

La infraestructura del restaurante es cómoda y acorde al concepto de servicio del mismo

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

El mobiliario y la decoración se encuentra funcional y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

El espacio físico, puerta, ventanas y piso del establecimiento se encontraba limpio y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo

Anexo 8

Parte (a) de encuesta de evaluación del servicio de sala al restaurante "D'Galia"

D'Galia (5)

Rúbrica de calificación servicio (Likert)

Encuesta de Evaluación del Servicio de Sala

Estimado/a Evaluador/a

Con el objetivo de mejorar continuamente nuestro servicio a través del presente proyecto de investigación, le pedimos unos minutos de su tiempo para completar esta encuesta. Su feedback es fundamental para ayudarnos a construir un manual de servicio excepcional.

Instrucciones:

Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 5 es "Muy de acuerdo".

Registre el tiempo de espera correspondiente en minutos, si es aplicable.

Infraestructura:

La infraestructura del restaurante es cómoda y acorde al concepto de servicio del mismo

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

El mobiliario y la decoración se encuentra funcional y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

El espacio físico, puerta, ventanas y piso del establecimiento se encontraba limpio y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo

Anexo 9

Parte (a) de encuesta de evaluación del servicio de sala al restaurante "D'Galia"

La mesa (6)

Rúbrica de calificación servicio (Likert)

Encuesta de Evaluación del Servicio de Sala

Estimado/a Evaluador/a:

Con el objetivo de mejorar continuamente nuestro servicio a través del presente proyecto de investigación, le pedimos unos minutos de su tiempo para completar esta encuesta. Su feedback es fundamental para ayudarnos a construir un manual de servicio excepcional.

Instrucciones:

Por favor, indique su nivel de acuerdo con las siguientes afirmaciones, donde 1 es "Muy en desacuerdo" y 5 es "Muy de acuerdo".

Registre el tiempo de espera correspondiente en minutos, si es aplicable.

Infraestructura:

La infraestructura del restaurante es cómoda y acorde al concepto de servicio del mismo

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

El mobiliario y la decoración se encuentra funcional y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo
4. De acuerdo
5. Muy de acuerdo

*no
falta*

El espacio físico, puerta, ventanas y piso del establecimiento se encontraba limpio y en buen estado

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Medianamente de acuerdo

b) Encuesta de validación de Manual de servicio A&B

Anexo 10

Respuestas a la encuesta realizada a profesionales del área de servicio para la validación del manual de servicio.

ENCUESTA DE VALIDACIÓN DE MANUAL DE SERVICIO A&B

A continuación, encontrará una serie de afirmaciones relacionadas con los procedimientos del manual de servicio, creados con la finalidad de guiar con este ámbito. Su opinión es fundamental para evaluar y mejorar el mismo. Por favor, marque la casilla que mejor refleje su nivel de acuerdo con cada afirmación, utilizando la siguiente escala

1 = Totalmente en desacuerdo
 2 = En desacuerdo
 3 = Neutral
 4 = De acuerdo
 5 = Totalmente de acuerdo

Responda de forma sincera y objetiva, ya que sus respuestas serán utilizadas únicamente con fines académicos para el análisis e interpretación de resultados.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Nombre:
2. Años de experiencia en el sector
3. Tipo de establecimiento
4. Numero de empleados a cargo
5. Nivel de educación

5 respuestas

Cristian Bárcenas, 18 años, Itza Hotel Boutique Internacional, 13 personas, Tecnólogo.

Marco Gómez Parra, 17 años de experiencia, 4to nivel

Cristina Apolo
 5 años
 Restaurante
 9
 Tercer nivel

Edison David Flores, 10 años en servicio de restaurantes. Hasta 6 personas a cargo. Tercer Nivel.

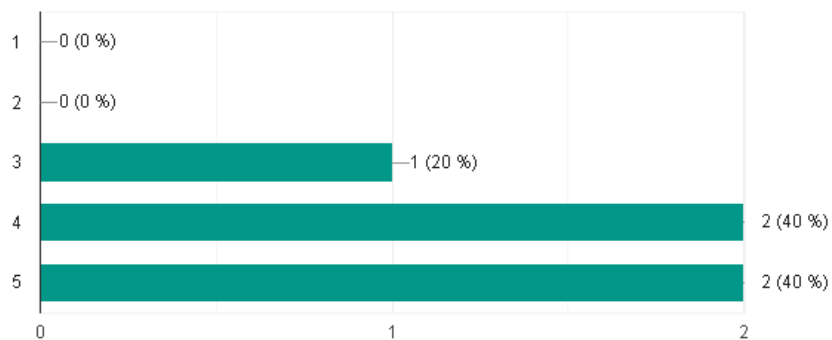
1. Steven González
 2. 1 año.
 3. Balneario y spa
 4. 6
 5. Cuarto nivel.

SECCIÓN: 1 CONTENIDO Y ESTRUCTURA

1. Los módulos del manual están organizados de manera lógica y coherente

[Copiar gráfico](#)

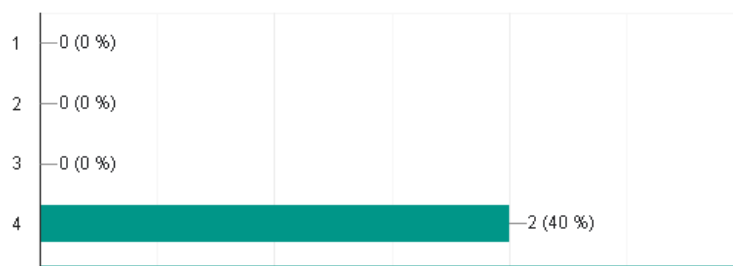
5 respuestas



2. El contenido presentado es relevante para el ámbito de servicio A&B

[Copiar gráfico](#)

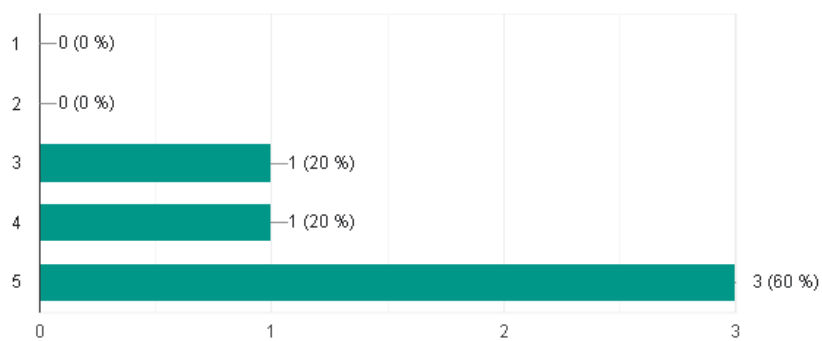
5 respuestas



3. Los temas abordados cubren todos los aspectos necesarios del servicio

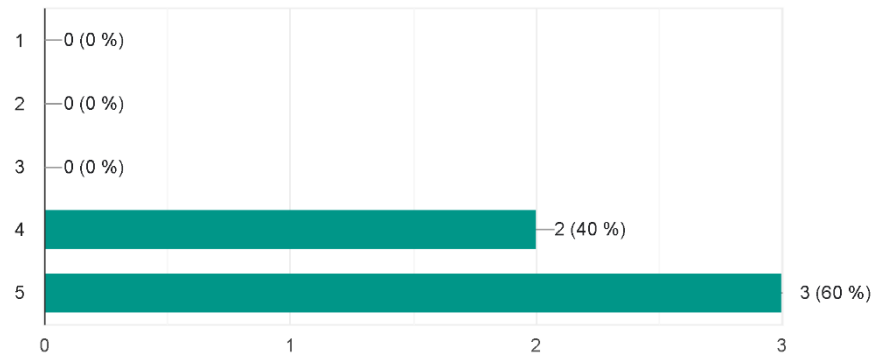
[Copiar gráfico](#)

5 respuestas



4. Las explicaciones son claras y fáciles de entender

5 respuestas



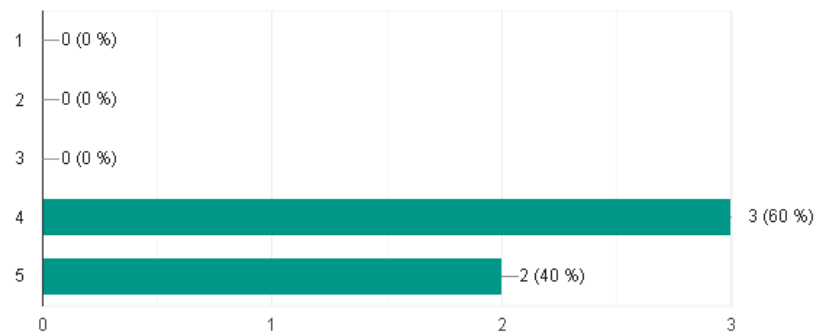
SECCIÓN:2 APLICABILIDAD PRÁCTICA

Aplicabilidad práctica

1. El manual proporciona información práctica que puede implementarse inmediatamente

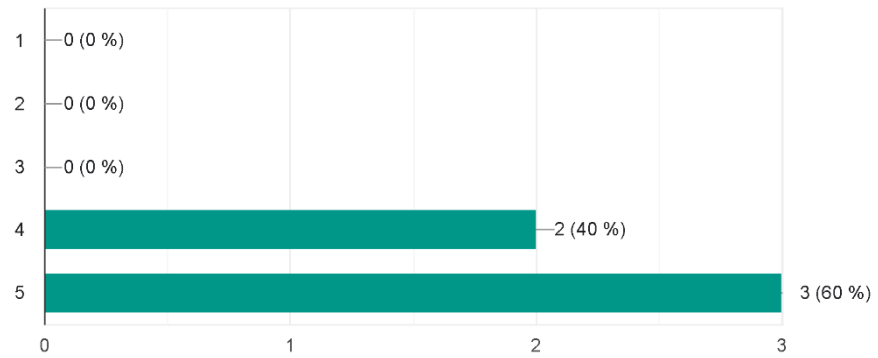
[Copiar gráfico](#)

5 respuestas



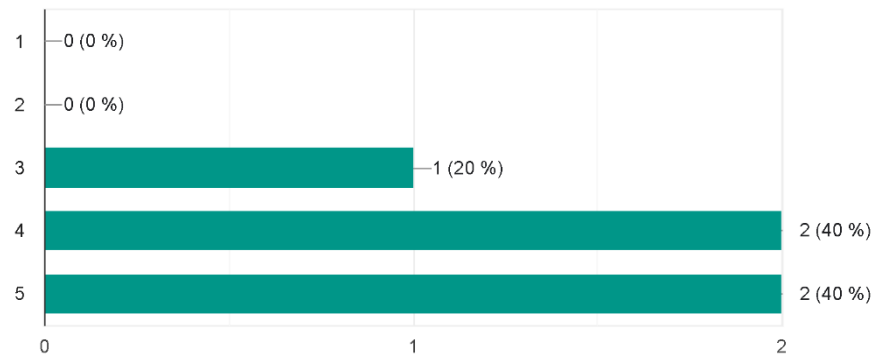
2. Las técnicas y procedimientos descritos son aplicables en el contexto que labora

5 respuestas



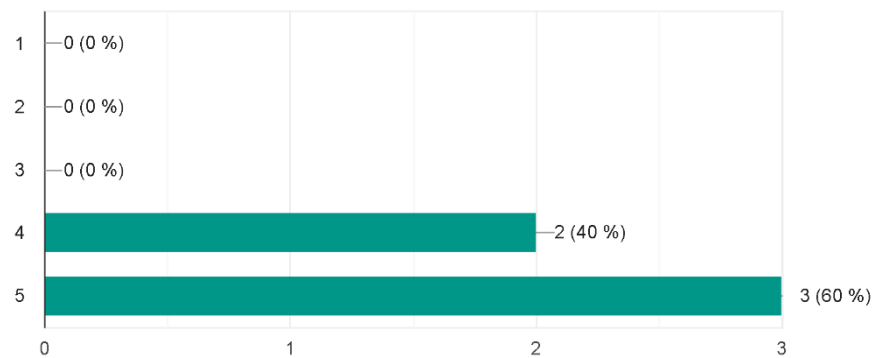
3. Los protocolos de servicio son realistas y ejecutables

5 respuestas



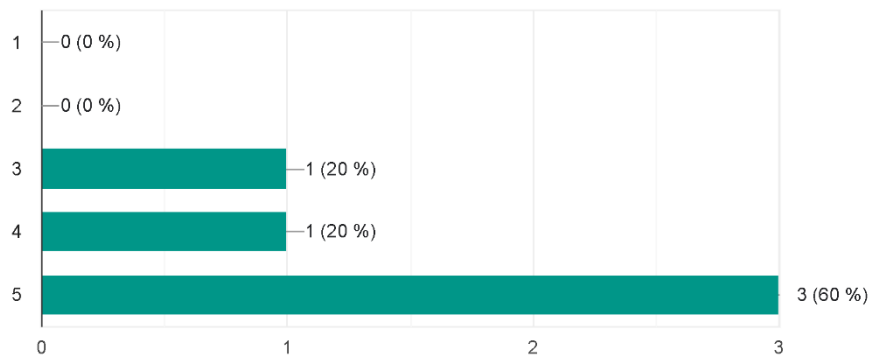
4. Las recomendaciones se pueden adaptar a diferentes tipos de establecimientos

5 respuestas



5. Los procedimientos descritos son viables en términos de recursos y tiempos

5 respuestas



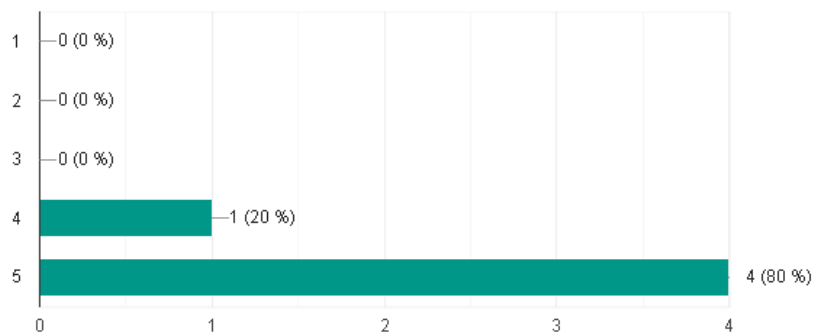
SECCIÓN:3 UTILIDAD FORMATIVA

Utilidad formativa

1. El manual es una herramienta útil para la capacitación del personal nuevo

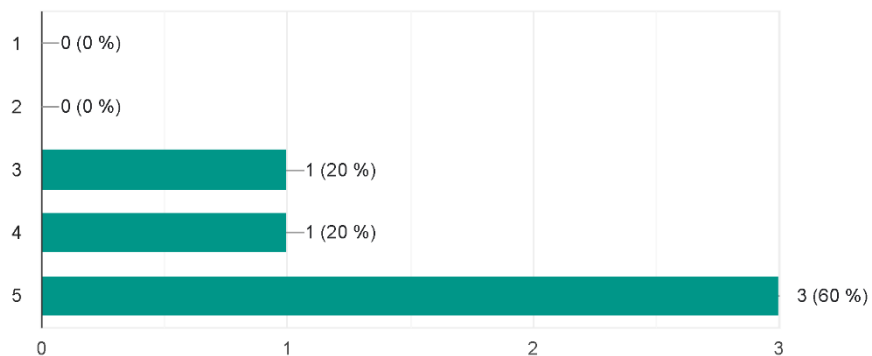
[Copiar gráfico](#)

5 respuestas



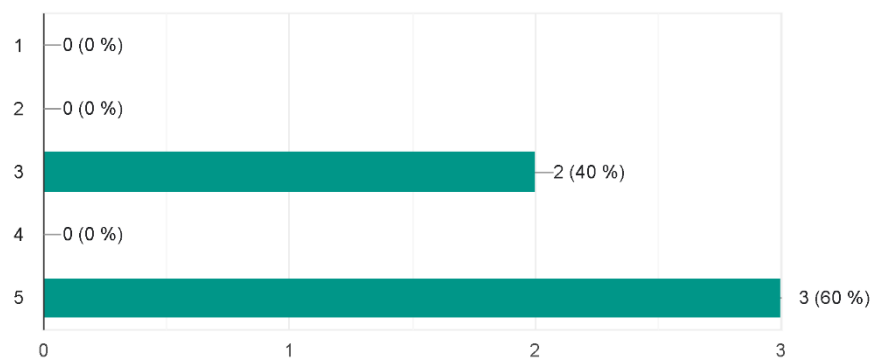
2. El contenido ayuda a estandarizar los procesos de servicio

5 respuestas



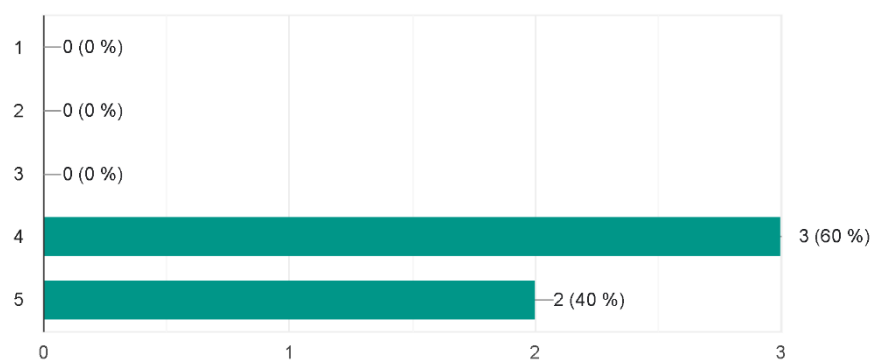
3. Los conceptos presentados contribuyen al desarrollo profesional del personal

5 respuestas



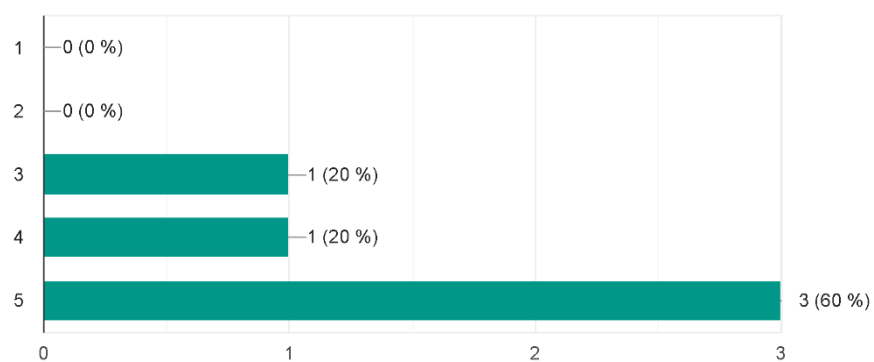
4. Las técnicas de resolución de conflictos son útiles y prácticos

5 respuestas



5. El material sobre servicio cliente es valioso para mejorar la atención

5 respuestas



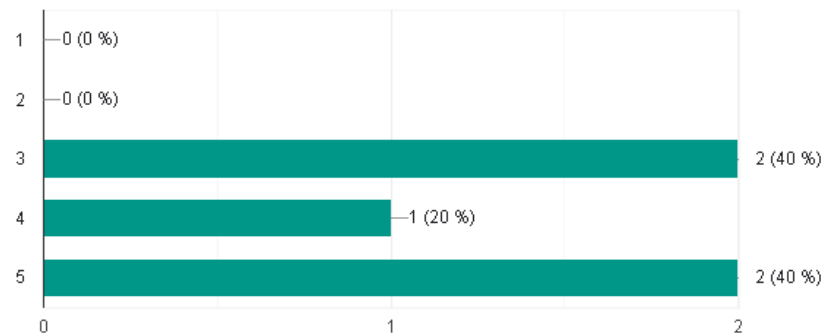
SECCIÓN: 4 ACTUALIZACION Y RELEVANCIA

Actualización y relevancia

1. El contenido refleja las tendencias actuales de A&B

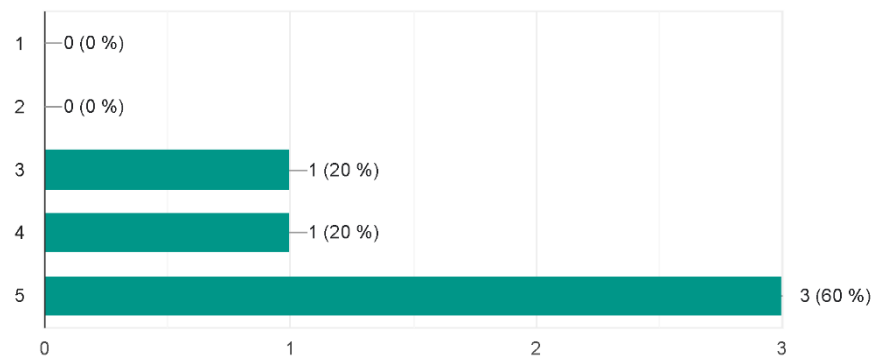
[Copiar gráfico](#)

5 respuestas



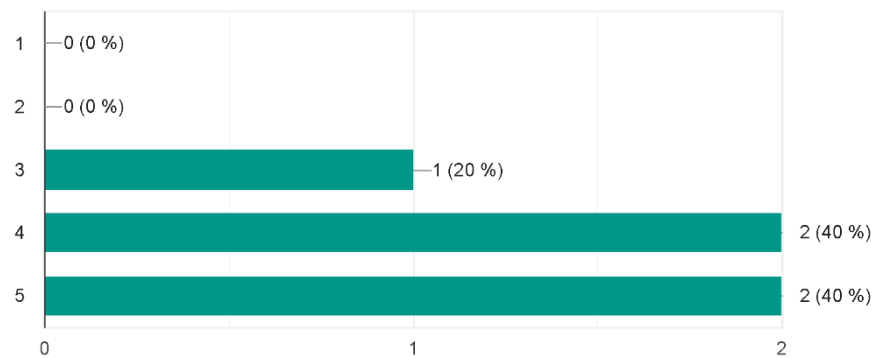
2. Las técnicas y procedimientos están actualizados

5 respuestas



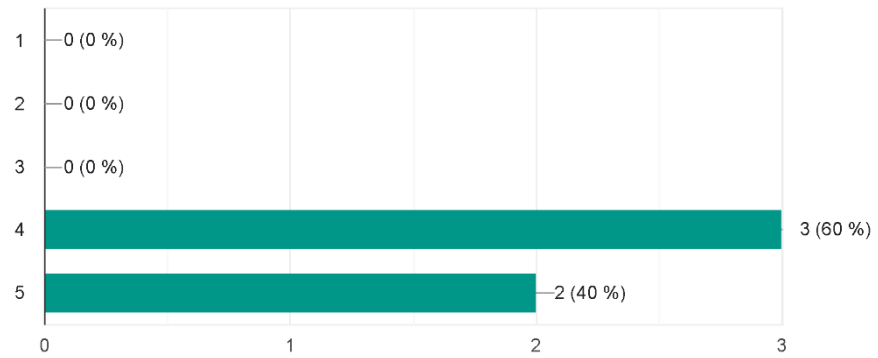
3. El manual aborda las necesidades actuales del mercado local

5 respuestas



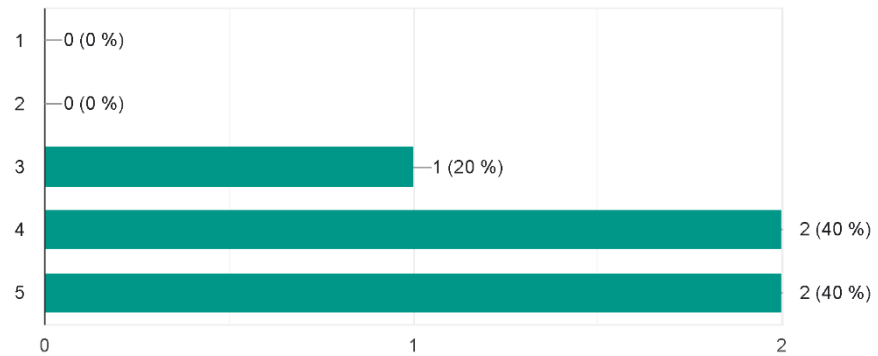
4. La información sobre la tecnología y tendencias es pertinente

5 respuestas



5. Las referencias y ejemplos son modernos

5 respuestas



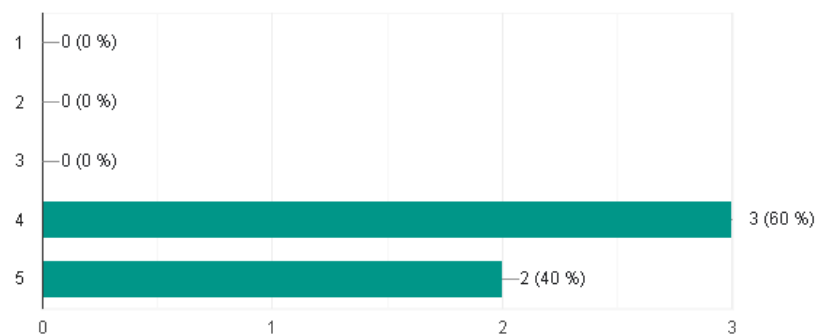
SECCIÓN 5: CLARIDAD Y PRESENTACIÓN

Claridad y presentación

1. Los gráficos y tablas son claros y ayudan a la comprensión

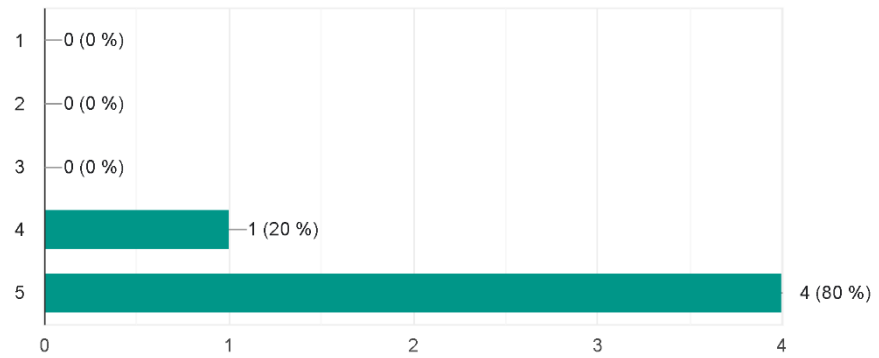
[Copiar gráfico](#)

5 respuestas



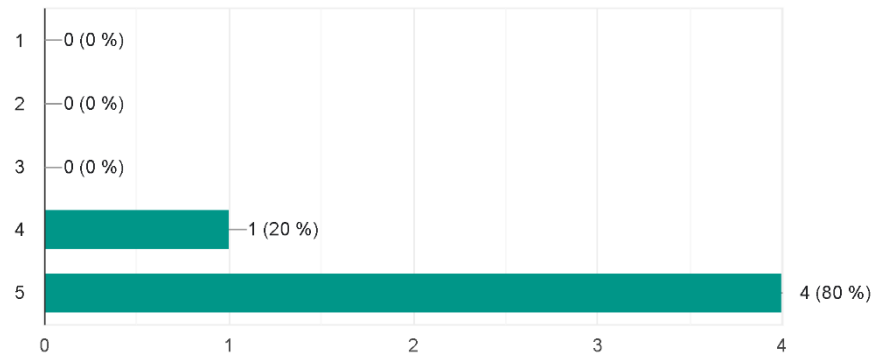
2. El lenguaje es apropiado y comprensible

5 respuestas



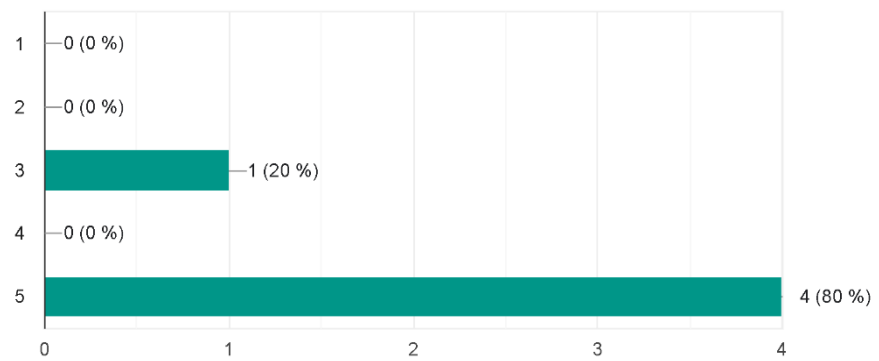
3. La estructura de los módulos facilita el aprendizaje

5 respuestas



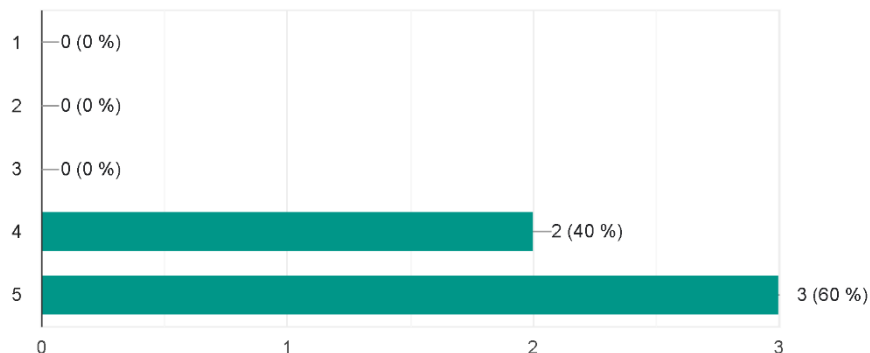
4. Los procedimientos están aplicados paso a paso de manera clara

5 respuestas



5. Los recursos visuales complementan efectivamente el contenido

5 respuestas



OBSERVACIONES GENERALES

Observaciones generales

¿Qué temas adicionales sugiere incluir en el manual?

5 respuestas

Cubre lo necesario. Pero hoy tenemos temas de como ser un vendedor e intuición a cada tipo de cliente.

Protocolos de servicios de bebidas soft, uso de nuevas tecnologías, tendencias actuales del servicio.

Nuevas técnicas y procedimientos para conservación de alimentos.

Fotografía de cierre de caja y facturación

Completo el manual

¿Cómo considera que este manual podría implementarse mejor en su establecimiento?

5 respuestas

El manuela está elaborado muy claro para una implementación a nuevo personal en el mercado.

Si el contenido del manual como tal es más corto, mas amigable para la lectura de las personas que se potencialmente pueden acapitarse

Aplicando y desarrollando constamente todas las normativas.

Estableciendo como parte de las indicaciones y formación que da el empleador al empleado al momento de ser contratado

Efectivamente

¿Qué beneficios específicos cree que aportara este manual a su personal?

5 respuestas

El orden y disciplina para la atención al cliente.

Tener lineamientos claros sobre el servicio

Mas planificación, mejor eficacia.

Ofrece una guía general de las actividades que debe ejecutar el personal del área de servicio

Estandares de calidad y atención al cliente

¿Qué obstáculos prevé en la implementación de este manual?

5 respuestas

Ninguno.

La parte cultural del personal, y la poca preparación previa que tiene la gente que trabaja en el servicio de A&B

Ninguno

Posiblemente, el querer implementarlo requiere invertir tiempo y recursos; y por esta razón los empleadores podrán derivar la responsabilidad directamente al empleado.

Ninguno, todo comprensible