

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



**UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS**

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

TESIS:

**GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO
EXTERIOR Y TURISMO RESPECTO A LA REGULACIÓN DEL
SERVICIO DE LOS RESTAURANTES DEL CENTRO HISTÓRICO
DE CAJAMARCA, 2019**

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA PÚBLICA

Presentada por:

Bachiller: ROCÍO DEL PILAR GODOY CARRASCO

Asesor:

Dr. ALFONSO ANTONIO TERÁN VIGO

Cajamarca, Perú

2023

COPYRIGHT © 2023 by
ROCÍO DEL PILAR GODOY CARRASCO
Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

ESCUELA DE POSGRADO



UNIDAD DE POSGRADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

TESIS APROBADA:

GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO RESPECTO A LA REGULACIÓN DEL SERVICIO DE LOS RESTAURANTES DEL CENTRO HISTÓRICO DE CAJAMARCA, 2019

Para optar el Grado Académico de

MAESTRO EN CIENCIAS

MENCIÓN: ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA PÚBLICA

Presentada por:

Bachiller: ROCÍO DEL PILAR GODOY CARRASCO

JURADO EVALUADOR

Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo
Asesor

Dr. Héctor Diomedes Villegas Chávez
Jurado Evaluador

Dr. Ángel Abelino Lozano Cabrera
Jurado evaluador

Dra. Doris Teresa Castañeda Abanto
Jurado evaluador

Cajamarca, Perú

2023



Universidad Nacional de Cajamarca
LICENCIADA CON RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO N° 080-2018-SUNEDU/CD
Escuela de Posgrado
CAJAMARCA - PERU



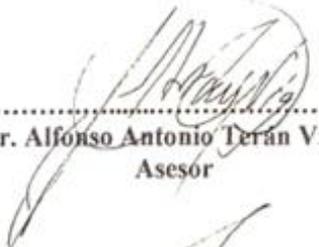
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN CIENCIAS

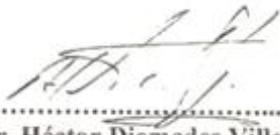
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

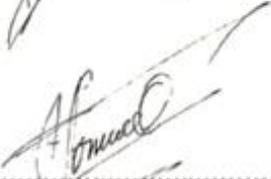
Siendo las 10:00 horas, del día 04 de enero de dos mil veintitres, reunidos en el Auditorio de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, el Jurado Evaluador presidido por el **Dr. HECTOR DIOMEDES VILLEGAS CHAVEZ**, **Dr. ÁNGEL ABELINO LOZANO CABRERA**, **Dra. DORIS TERESA CASTAÑEDA ABANTO**, y en calidad de Asesor el **Dr. ALFONSO ANTONIO TERÁN VIGO** Actuando de conformidad con el Reglamento Interno y el Reglamento de Tesis de Maestría de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional de Cajamarca, se dio inicio a la Sustentación de la Tesis titulada: **"GESTIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO RESPECTO A LA REGULACIÓN DEL SERVICIO DE LOS RESTAURANTES DEL CENTRO HISTÓRICO DE CAJAMARCA, 2019"**; presentado por la **Bachiller en Turismo y Hotelería, ROCÍO DEL PILAR GODOY CARRASCO**.

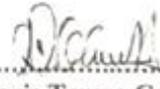
Realizada la exposición de la Tesis y absueltas las preguntas formuladas por el Jurado Evaluador, y luego de la deliberación, se acordó... *Aprueba*... con la calificación de *Distintos (16)*... *Buena*... la mencionada Tesis; en tal virtud, la **Bachiller en Turismo y Hotelería, ROCÍO DEL PILAR GODOY CARRASCO**, está apta para recibir en ceremonia especial el Diploma que lo acredita como **MAESTRO EN CIENCIAS**, de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas Contables Administrativas, con Mención en **ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA PÚBLICA**.

Siendo las 11:04... horas del mismo día, se dio por concluido el acto.


.....
Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo
Asesor


.....
Dr. Héctor Diomedes Villegas Chávez
Jurado Evaluador


.....
Dr. Ángel Abelino Lozano Cabrera
Jurado Evaluador


.....
Dra. Doris Teresa Castañeda Abanto
Jurado Evaluador

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a Dios, quien
conforta mi alma; me guía por sendas de
justicia y me llena de favores.

A mi madre,
por ser mi mejor ejemplo de fortaleza y fe.

A mis amados hijos,
Aarón, Josué y Esteban,
cuyas vidas me dan esperanza y me
estimulan a ser resiliente, aun en el valle
de sombra.

A mis hermanos,
Mabel, Hugo y Kevin,
por su amor y apoyo.

Rocío Godoy

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Cajamarca, a la Escuela de Posgrado por albergarme en sus aulas para adquirir las competencias necesarias para mi desenvolvimiento en el mundo laboral.

A mi asesor, el Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo, por brindarme su tiempo y guía académica necesaria para la culminación de mi investigación.

Al comité evaluador, por sus sugerencias, disposición y guía para la culminación de mi investigación.

Al personal de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, por brindarme la información necesaria para mi investigación.

A los dueños de los restaurantes del centro histórico que permitieron la aplicación de los instrumentos para la recopilación de información.

Se requiere fortalecer las capacidades institucionales públicas para dar satisfacción a los requerimientos ciudadanos de integración y pertenencia.

- Carta Iberoamericana de Calidad en la Gestión Pública

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	viii
ÍNDICE DE TABLA	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
ABREVIATURAS Y SIGLAS	xiii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Contextualización.....	1
1.1.2. Descripción del problema.....	2
1.1.3. Formulación del problema	4
1.2. Justificación e importancia	5
1.2.1. Justificación científica.....	5
1.2.2. Justificación técnico-práctica	5
1.2.3. Justificación institucional y personal	6
1.3. Delimitación de la investigación	6
1.3.1. Delimitación espacial	6
1.3.2. Delimitación temporal.....	6
1.3.3. Delimitación social.....	7
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. Objetivo general	7
1.4.2. Objetivos específicos.....	7

CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes de la investigación.....	8
2.1.1. A nivel internacional	8
2.1.2. A nivel nacional	9
2.1.3. A nivel local	11
2.2. Marco doctrinal.....	12
2.2.1. Teoría de la administración	12
2.2.2. Teoría del sistema turístico	14
2.3. Marco conceptual.....	18
2.3.1. Gestión	18
2.3.2. El Estado como regulador de servicios	20
2.3.3. Gestión de la DIRCETUR.....	20
2.3.4. Servicio de restaurantes.....	24
2.4. Definición de términos básicos.....	28
CAPÍTULO III	30
PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS Y VARIABLES	30
3.1. Hipótesis	30
3.1.1. Hipótesis general	30
3.1.2. Hipótesis específicas	30
3.2. Variables	30
3.3. Operacionalización de variables	30
CAPÍTULO IV.....	33
MARCO METODOLÓGICO.....	33
4.1. Ubicación geográfica de la DIRCETUR-Cajamarca.....	33
4.2. Diseño de la investigación	35
4.3. Métodos de investigación	35
4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación.....	37
4.4.1. Población.....	37
4.4.2. Muestra.....	37

4.4.3. Unidad de análisis	38
4.4.4. Unidad de observación	38
4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información	38
4.5.1. Técnicas de recopilación de información	38
4.5.2. Instrumentos de recopilación de información	39
4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información	40
4.7. Matriz de consistencia metodológica.....	40
CAPÍTULO V	43
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	43
5.1. Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.....	43
5.2. Regulación del servicio de restaurantes.....	50
5.3. Contrastación de la hipótesis	57
CAPÍTULO VI.....	63
PROPUESTA: MODELO DE GESTIÓN PARA LA REGULACIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURANTES	63
6.1. Relaciones estratégicas	64
6.2. Funciones de la DIRCETUR	67
CONCLUSIONES	70
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS	72
APÉNDICES	77

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1	Operacionalización de variables.....	31
Tabla 2	Estadísticas de fiabilidad de la ficha de observación	39
Tabla 3	Estadísticas de fiabilidad del cuestionario.....	39
Tabla 4	Matriz de consistencia	41
Tabla 5	Matriz de consistencia	42
Tabla 6	Valoración porcentual de la dimensión capacitación	44
Tabla 7	Valoración porcentual de la dimensión categorización de restaurantes.....	46
Tabla 8	Valoración porcentual de la dimensión supervisión de restaurantes.....	48
Tabla 9	Restaurantes en los que se aplicaron los instrumentos.....	50
Tabla 10	Valoración porcentual de la dimensión servido de menú.....	51
Tabla 11	Valoración porcentual de la dimensión personal de contacto	52
Tabla 12	Valoración porcentual de la dimensión soporte físico de los restaurantes.....	53
Tabla 13	Valoración porcentual de la dimensión sistema de organización interna.....	55
Tabla 14	Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk	57
Tabla 15	Correlación entre las variables	58
Tabla 16	Correlación entre la capacitación y la regulación del servicio de restaurantes ...	59
Tabla 17	Correlación entre la supervisión y la regulación del servicio de restaurantes.....	60
Tabla 18	Correlación entre la categorización y la regulación del servicio de restaurantes	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Sistema turístico planteado por Beni	16
Figura 2 Ubicación geográfica de la DIRCETUR.....	33
Figura 3 Organigrama estructural de la DIRCETUR Cajamarca.....	34
Figura 4 Modelo de gestión propuesto	64

ABREVIATURAS Y SIGLAS

BPM: Buenas Prácticas de Manipulación

CALTUR: Calidad Turística

CENFOTUR: Centro de Formación en Turismo

DIRCETUR: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

IDEA: Instituto para la Democracia y Asistencia Electoral

MINCETUR: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

MOF: Manual de Organización y Funciones

OMT: Organización Mundial del Turismo

PFC: Programa para el Fortalecimiento de Competencias

RIT: Reglamento Interno de Trabajo

SABP: Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas

SGP: La secretaria de Gestión Pública de la Presidencia del Consejo de Ministros

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo determinar la relación entre la gestión de la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca, en el año 2019. El diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, de nivel correlacional; se usaron como instrumentos de recolección de datos: el cuestionario, la ficha de observación y la guía de entrevista; la muestra estuvo conformada por 10 restaurantes y una persona del área de restaurantes de la DIRCETUR. Los resultados mostraron que las capacitaciones brindadas por la DIRCETUR se relacionan positivamente con la regulación del servicio de los restaurantes, con un Rho de Spearman = 0,826; la supervisión realizada la DIRCETUR se relacionan positivamente con la regulación del servicio de los restaurantes, con un Rho de Spearman = 0,802; la categorización de restaurantes se relaciona positivamente con la regulación del servicio de los restaurantes, con un Rho de Spearman = 0,655. Se concluyó que la gestión de la DIRCETUR tiene relación positiva considerable con la regulación del servicio de los restaurantes del Centro Histórico de Cajamarca en el año 2019; al haberse obtenido un p-valor = 0, 016, y un Rho de Spearman = 0,761.

Palabras clave: Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, calidad de servicio en restaurantes.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between the management of the Directorate of Foreign Trade and Tourism and the regulation of the service of restaurants in the historic center of Cajamarca in 2019. The research design is non-experimental, cross-sectional, correlational level; the following instruments were used for data collection: questionnaire, observation sheet and interview guide; the sample consisted of 10 restaurants and one person from the restaurant area of DIRCETUR. The results showed that the training provided by DIRCETUR is positively related to the regulation of restaurant service, with a Spearman's Rho = 0.826; the supervision provided by DIRCETUR is positively related to the regulation of restaurant service, with a Spearman's Rho = 0.802; the categorization of restaurants is positively related to the regulation of restaurant service, with a Spearman's Rho = 0.655. It was concluded that DIRCETUR management has a positive relationship with the regulation of restaurant service in the historic center of Cajamarca in 2019; having obtained a p-value = 0.016, and a Spearman's Rho = 0.761.

Keywords: Management of the Regional Directorate of Foreign Trade and Tourism, quality of service in restaurants.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Contextualización

La gestión pública es un sistema conformado por organizaciones que ejercen la función administrativa, cuyo enfoque es la óptima gestión de los recursos estatales, con el objetivo de satisfacer las necesidades de la población y promover el progreso de un país. “Es el papel que juegan las instituciones y los organismos de gobierno en la vida social de un país y, en particular, de quienes se encuentran al frente de los mismos” (León, 2007, p.253).

En el Perú, la gestión pública es ejercida en instituciones de diversos sectores, cuyo fin, además del bienestar social es promover el desarrollo económico en los diversos rubros; tal es el caso del sector turismo, en el cual está inmerso el servicio de restaurantes, y está liderado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR], éste a su vez, confiere la gestión a las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo; las cuales se encargan de “formular e implementar la política regional respecto a la actividad turística; además, de calificar e inspeccionar a los prestadores de servicios turísticos¹ en concordancia a lo establecido por el MINCETUR” (Dircetur, 2011, p.3).

Cabe mencionar que, en los últimos años se abrieron cientos de restaurantes, tal es así que hay más de 60 mil los restaurantes formales en el Perú (Retail, 2018). Sin embargo, varios establecimientos terminan cerrando debido a bajas ventas, lo

¹ Los servicios turísticos abarcan diversas actividades, que va desde la información respecto un determinado destino turístico, reservas de pasajes, el alojamiento, la alimentación, el transporte, las visitas guiadas, el servicio posventa, entre otros. (Esan, 2016)

cual es producto del deficiente servicios y gestión administrativa. A ello se suma la inexistencia de un diagnóstico certero respecto al cumplimiento de estándares de calidad en el rubro de restaurantes, puesto que las estadísticas que muestra el MINCETUR son básicamente cuantitativas y no miden específicamente la calidad, por lo cual no se plantean acciones correctivas que permitan implementar acciones adecuadas para corregir esta situación (Sánchez y otros, 2015). Por lo cual cobra importancia que el MINCETUR conozca el nivel de calidad de los restaurantes para analizar la pertinencia de políticas gubernamentales respecto a calidad, a fin de mejorar la situación del nivel de calidad en este rubro (Arana y otros, 2015).

En tal sentido, en el presente estudio se pretende analizar la gestión que realiza la DIRCETUR en relación a la regulación del servicio que brindan los restaurantes; dado que, al ser el ente rector, su gestión repercute en el servicio gastronómico; pues, parte de sus funciones es promover la competitividad y calidad de servicio en los restaurantes a través de diversas capacitaciones y otras acciones.

1.1.2. Descripción del problema

El Estado tiene dentro de sus funciones promover la inversión y competitividad en el sector privado, mediante la aprobación e implementación de diversas políticas públicas, las cuales sirven para regular y monitorear las actividades de los diversos rubros económicos.

En el Perú, las actividades del sector privado son reguladas por políticas y lineamientos, que a su vez son monitoreadas por los diversos ministerios. En el caso del sector turismo, es el MINCETUR el encargado de formular, dirigir, ejecutar y supervisar la política en relación a la actividad turística, dentro de la cual están inmersos los restaurantes, los mismos que están obligados a cumplir una serie de normas con el fin de brindar servicios de calidad.

En este contexto, en Cajamarca, la prestación de servicios en restaurantes, está regulada por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo [DIRCETUR], cuya gestión está enfocada en promover la calidad de los prestadores de servicios turísticos; abarcando así, a los establecimientos de restaurantes, cabe mencionar que “todo restaurante debe ofrecer al cliente sus servicios en óptimas condiciones de higiene, buena conservación del local, mobiliario y equipos, además de cumplir con las normas de seguridad vigentes” (Decreto Supremo N°025-2004-Mincetur, 2004, p. 9).

No obstante, en muchos establecimientos no se cumple con los lineamientos mínimos de calidad, y es que, varios de los restaurantes ubicados en el centro histórico de Cajamarca no brindan un servicio de calidad, presentan diversas falencias e incumplen a las normas de salubridad. Al respecto Fernández y Vigo (2019) sostienen que la calidad del servicio de los restaurantes oscila entre regular (40%) y bueno (45%), ya que se atiende moderadamente las necesidades de los clientes y turistas; sin embargo, se puede mejorar la prestación del servicio y así superar las expectativas del cliente. Por ello, es muy importante los programas de capacitación, talleres prácticos en temas referidos a las buenas prácticas de manipulación de alimentos y calidad de servicio, a fin de se implemente un sistema de mejora continua en los diversos restaurantes.

En tal sentido, es menester mencionar que, parte de la gestión de la DIRCETUR, es la supervisión del cumplimiento de los lineamientos exigidos en materia de restaurantes, emitir las sanciones respectivas en caso de infracción e impulsar la capacitación a los prestadores de servicios, que conlleve a la mejora continua, mediante la implementación del sistema de Aplicación de Buenas Prácticas (SABP).

Al respecto, Esperanza Escobar, encargada del rubro de restaurantes de la DIRCETUR, manifiesta que la gestión de dicho rubro está enfocada en lograr que los restaurantes presten servicios de calidad; para lo cual, desde su despacho impulsan capacitaciones y talleres, además de realizar supervisiones periódicas que aseguren el cumplimiento de lo establecido por el MINCETUR.

En este sentido, es importante conocer el rol que viene realizando la DIRCETUR, y si está ejerciendo control para regular la prestación de servicio de los restaurantes; por lo cual, la presente investigación se centra en analizar la influencia que ejerce dicha entidad respecto a la regulación del servicio de los restaurantes del Centro Histórico de Cajamarca en el año 2019.

1.1.3. Formulación del problema

- **Pregunta general**

¿Cuál es la relación entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca, en el año 2019?

- **Preguntas auxiliares**

- a) ¿Cómo se relaciona las capacitaciones que brinda la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo con la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019?
- b) ¿Cómo se relaciona la supervisión que realiza la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo con la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019?
- c) ¿Cómo se relaciona la categorización de restaurantes con la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019?

1.2. Justificación e importancia

1.2.1. Justificación científica

La presente investigación se justifica científicamente porque mediante la aplicación de la teoría de la gestión pública, se puede analizar la gestión de la DIRCETUR y cómo influye en la regulación de la prestación de servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca; ya que dicha teoría hace hincapié en el comportamiento de los administradores públicos y la eficacia de su intervención (Perry, 1998); por tanto, es importante conocer en qué medida esta teoría se aplica en la gestión que viene realizando la DIRCETUR y si su intervención en el rubro de restaurantes es eficaz; puesto que a la fecha no existen investigaciones que aborden las variables en estudio, y que permitan determinar la influencia de una variable en otra; por ello, la presente investigación es la primera en relación al tema, y a partir de ello tener un referente de la gestión pública y su influencia en la regulación de las actividades del sector privado. De modo que se aporte al conocimiento existente sobre la labor que realiza la Dirección de Comercio Exterior y Turismo en el rubro de restaurantes.

1.2.2. Justificación técnico-práctica

El conocer la gestión que realiza la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, y establecer su influencia en la regulación del servicio que se presta en los restaurantes del centro histórico de Cajamarca, constituye el objetivo central de la investigación. Los resultados que se obtengan podrán sistematizarse, con el fin de que los encargados del rubro de restaurantes de la mencionada institución puedan implementar estrategias para que en los restaurantes se instituya un proceso de mejora continua de la calidad, bajo los parámetros del plan CALTUR.

1.2.3. Justificación institucional y personal

En el Reglamento de Restaurantes se estipula que las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) tienen la facultad de autorizar el funcionamiento de restaurantes, otorgar categorización y verificar las condiciones de prestación de servicio y el cumplimiento de requisitos exigidos de acuerdo a la categoría que ostente el restaurante (Decreto Supremo N°025-2004-Mincetur, 2004). Por tanto, la presente investigación permitirá conocer si la gestión que está realizando la DIRCETUR es pertinente y está enfocada en cumplir los lineamientos del MINCETUR respecto al rubro de restaurantes.

Por otro lado, la justificación personal, está en el hecho de que la investigadora tiene experiencia en el rubro de restaurantes, está interesada y capacitada para realizar la investigación, y asegurar el cumplimiento de los objetivos planteados.

1.3. Delimitación de la investigación

1.3.1. Delimitación espacial

El ámbito de estudio de esta investigación será el centro histórico de Cajamarca, abarcando los restaurantes ubicados aledaños a la plaza de armas y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo ubicada en el jirón Belén, del barrio La Merced, en la provincia y departamento de Cajamarca.

1.3.2. Delimitación temporal

El desarrollo de la presente investigación está enmarcada en el periodo 2019, tomando en cuenta únicamente los datos comprendidos entre los meses de marzo a diciembre del año mencionado.

1.3.3. Delimitación social

El grupo social objeto de estudio fueron los dueños o encargados de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca y el personal del área de restaurantes de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar la relación entre la gestión de la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

1.4.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la relación entre las capacitaciones brindadas por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.
- b) Conocer la relación de la supervisión realizada por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.
- c) Medir la relación entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.
- d) Elaborar un modelo de gestión para la regulación del servicio de restaurantes por parte de DIRCETUR.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. A nivel internacional

Monroy y Urcádiz (2019) en su investigación *Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México*. [Tesis de maestría]. Se plantearon como objetivo general determinar la percepción de la calidad en el servicio y su incidencia en las medias de la satisfacción del cliente. La investigación es cuantitativa de corte transversal; la muestra estuvo conformada por 207 consumidores de 54 restaurantes anexos a la Cámara Nacional de Restaurantes y Alimentos Condimentados; el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario, y la técnica fue la entrevista. Los resultados más relevantes mostraron que las dimensiones de calidad de servicio y satisfacción del cliente no presentaron diferencias significativas; se halló una correlación entre la Calidad en el Servicios y Satisfacción del Cliente ($r=0.9$). Concluyeron que, en los restaurantes de La Paz, la calidad la consideraron buena según el 81.30%; y el 81.90% de clientes estaba satisfecho.

Acosta (2016) en su investigación *Desarrollo de una Propuesta de Modelo De Gestión de Calidad de Servicio en un Estudio de Caso de Un Restaurante Del Sector Turístico de la Ciudad de Quito DM*. [Tesis de maestría]. Tuvo como objetivo general conocer el estado actual de los restaurantes turísticos a partir de un estudio de caso, para lo cual se valió de la herramienta SERVQUAL, el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario, la técnica fue la entrevista, la misma que se aplicó al personal del mencionado restaurante. Concluyó que la industria turística no ha invertido en calidad, se oferta productos y servicios que no se sustentan en

modelos de gestión de calidad, la mayoría de empresas de este sector operan con personal sin capacitación y ni formación profesional generando como consecuencia insatisfacción en el consumidor; la normativa de categorización no está adaptada a la realidad nacional y local entre otras cosas por el hecho de no distinguir zonas especiales como el centro histórico que por su condición no permite la adecuación de los edificios en su estructura y diseño, por lo cual existen restaurantes que están categorizados como primera y no cumplen con los requisitos.

2.1.2. A nivel nacional

Escalante y otros (2018) en su investigación *La gestión y desarrollo turístico de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ucayali, 2017*. [Tesis de maestría]. Se plantearon como objetivo general, conocer la relación de la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y el desarrollo turístico de Ucayali. El diseño de investigación es transeccional correlacional, la recolección de datos lo hicieron mediante una encuesta, utilizando el cuestionario. Los resultados más relevantes mostraron que existía relación positiva muy baja y no significativa entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ucayali y el desarrollo turístico, por lo cual indicaron que dicha entidad no contribuye el desarrollo turístico.

Sánchez (2016) en su investigación *Gestión de municipios turísticos como alternativa para el desarrollo del turismo sostenible en la provincia de puno – 2016*. [Tesis de maestría]. Tuvo como objetivo general conocer la influencia de gestión de los municipios turísticos en el desarrollo del turismo sostenible en la provincia de Puno. El método de investigación que usó es el estadístico, deductivo – inductivo. Los resultados mostraron que el 51.1% de los encuestados conocen los instrumentos de gestión pública en los municipios; el 53,8% de los encuestados opinó que el nivel

de desarrollo del turismo no es sostenible debido a la falta de planificación turística municipal. Finalmente concluyó que es urgente y necesario aplicar estrategias en el municipio turístico enfocada en concretizar alianzas estratégicas, desarrollar concientización y sensibilización respecto a la actividad del turismo, desarrollar proyectos turísticos, programas de cooperación público-privado, promover y atraer las inversiones turísticas privadas, para alcanzar un desarrollo local sostenible.

Núñez (2018) en su investigación *Impacto de la gestión del DIRCETUR, en la actividad turística de la ciudad de Chachapoyas, región Amazonas del 2010 al 2015*. [Tesis de maestría]. Se propuso como objetivo realizar un diagnóstico de los impactos de la gestión de la DIRCETUR Amazonas en relación a la actividad turística de la ciudad de Chachapoyas, del 2010 al 2015. El tipo de investigación fue descriptiva; los resultados más relevantes fueron: la DIRCETUR realizó trabajos de asistencia técnica personalizada a establecimientos de alimentación, en temas de calidad de servicio, atención al cliente con tecnología, manipulación de alimentos y bebidas; además se crearon mesas técnicas en diferentes temas con el fin de participar activamente en las reuniones de trabajo y acciones que se programen. Concluyó que tiene deficiencias desde la planificación hasta el informe de su público objetivo; además, el impacto respecto al servicio de alimentación fue positivo e influye en el aspecto social y económico generando empleo y el crecimiento de emprendimientos, y sus capacitaciones ha producido repercusión positiva.

Arana y otros (2015) en su investigación *Calidad en restaurantes clasificados por tenedores según reglamento de restaurantes en Perú, 2014*. [Tesis de maestría]. Se plantearon como objetivo analizar la situación de la calidad en los restaurantes clasificados por tenedores. La investigación es cuantitativa de enfoque descriptivo; la muestra estuvo conformada por 59 restaurantes, en los cuales se

aplicaron cuestionarios para recopilar la información, cuya técnica fue la encuesta. Concluyeron que, los restaurantes no cuentan con una guía para medir la calidad, los restaurantes que cuentan con certificaciones emitidas por entes reguladores no tienen el control para acreditar la continuidad de la certificación, no existe una adecuada gestión por parte de las instituciones acreditadoras respecto al mejoramiento y control de los procesos; por otro lado, no se cumplen las regulaciones que garanticen el cumplimiento respecto a la manipulación de los productos utilizados; las normas de inocuidad y calidad de los alimentos no son conocidas ni impartidas en los restaurantes por parte de los involucrados en el proceso de gestión.

2.1.3. A nivel local

Fernández y Vigo (2019) en su investigación Diagnóstico de la calidad de servicio en restaurantes en la ciudad de Cajamarca. [Artículo de revista]. Se plantearon como objetivo general analizar el nivel de satisfacción del turista en restaurantes de Cajamarca, estudiaron sus necesidades, expectativas, gustos y preferencias y sobre todo su percepción del servicio recibido en función a las dimensiones del método SERVQUAL. La investigación es cuantitativa de diseño no experimental, de corte transversal. Los resultados más relevantes mostraron que, la percepción de la fiabilidad respecto al servicio era bueno según el 45% de encuestados, y para el 42% de encuestados era regular, y sólo para el 4% el servicio era excelente, y el 5% señaló que el servicio era deficiente. Por tanto, concluyeron que el servicio de los restaurantes ubicados en el centro histórico de Cajamarca oscila entre regular y bueno.

Yumbato (2016) en su tesis Establecer alianzas estratégicas entre gobierno y la empresa privada como alternativa de desarrollo para el turismo en la provincia de Cajamarca. [Tesis de maestría]. Realizó un balance del turismo y la importancia de

las alianzas estratégicas para su desarrollo desde un enfoque sostenible, consideró tres aspectos esenciales: sociocultural, económico y ambiental; con el objetivo de establecer alianzas estratégicas entre el sector público y el sector privado con la finalidad de fomentar y desarrollar el turismo en la provincia de Cajamarca. La investigación es bibliográfica descriptiva; la muestra estuvo conformada por 6 gerentes del gobierno regional y de la municipalidad provincial de Cajamarca; se utilizó como técnicas la entrevista y la encuesta. Concluyó que se necesita establecer alianzas estrategias entre el gobierno y las empresas privadas para el impulso de la actividad turística en la ciudad de Cajamarca.

2.2. Marco doctrinal

2.2.1. Teoría de la administración

Enfoque clásico de la administración

La exposición clásica de la administración se constituye sobre lo postulado por Fayol y Taylor, puesto que dominaron el panorama administrativo en las primeras cuatro décadas del siglo XX. La teoría clásica de la administración se divide en: administración científica con Taylor y administración moderna con Fayol.

Sus orígenes se encumbran a la revolución industrial, resumidos en dos hechos principales: el crecimiento acelerado y desordenado de empresas, prevalecía el empirismo y la improvisación; y, por otro lado, existía la necesidad de acrecentar la eficiencia y la competencia para lograr un mejor rendimiento de los empleados (Chiavenato, 2006).

Dentro de este enfoque se encuentra el de Taylor, de la administración científica, la misma que se preocupaba por elevar la productividad de la fábrica y el trabajador individual. La teoría clásica de la organización surge por la necesidad de

encontrar lineamientos para administrar organizaciones complejas, como era el caso de las fábricas (Stoner, 1996).

Por lo que Taylor postula que la administración debe estudiarse como ciencia, bajo cuatro principios: (1) el desarrollo de una verdadera ciencia de la administración, de modo que se determine el mejor método para ejecutar cada tarea; (2) la selección científica de empleados, para que cada empleado realice tareas acordes a sus aptitudes; (3) el desarrollo y educación de los trabajadores en forma científica; y (4) la colaboración amistosa entre trabajadores y jefes (Stoner, 1996).

Por otro lado, se encuentra lo postulado por Henry L. Gantt, que se centra en reanalizar el sistema de incentivos de Taylor, y propone la asignación de una bonificación cuando se cumpla con el trabajo asignado; influyendo de este modo, en la motivación de los trabajadores (Stoner, 1996).

También se encuentra lo postulado por Mary Parker Follett, quien fue una de las creadoras del marco básico de la escuela clásica, y creía firmemente en la fuerza del grupo, donde las personas pueden combinar sus diversos talentos para lograr algo más grande; además, consideraba el impacto de la política, la economía y la biología. Al incluir explícitamente el entorno organizacional en su teoría, Follett allanó el camino para que la teoría de la administración incluyera una gama más amplia de relaciones, dentro y fuera de la organización (Stoner, 1996).

Enfoque estructuralista de la administración

Se enfoca en dos ramas: en términos de la teoría burocrática, que enfatiza la estructura, y considera la división del trabajo, la jerarquía de autoridad, la racionalidad, las reglas y normas, el compromiso profesional, los registros escritos, y la impersonalidad; y por otro lado, la teoría estructuralista, que enfatiza la relación estructural entre las personas y el medio ambiente, de ello el precursor más

importante de esta teoría fue Etzioni, quien creía que las teorías relacionales clásica, científica, burocrática y humana no eran válidas. Esta teoría es una visión más profunda de la organización en un sentido más amplio, ya que está influenciada por factores internos y externos (Oliveira, 2002).

Enfoque del comportamiento en la administración

Este enfoque se desarrolló en 1950 y representó un giro importante ya que aplica la psicología organizacional a la administración y se enfocó en el estudio de los individuos y de los grupos dentro de las organizaciones. El máximo exponente de esta teoría es Simón; una de las características más destacadas de dicha teoría es su énfasis en el ser humano, el estudio de los conflictos entre las metas individuales y los conflictos dentro de la organización, en los que se basa la teoría de la conducta de McGregor, Maslow y Herzberg (Machuca, 2009).

El abordar los diversos enfoques de la teoría de la administración cobran importancia, puesto que representan la base de la gestión pública, puesto estos enfoques se aplican en la administración pública.

2.2.2. Teoría del sistema turístico

El turismo permea gran parte de la actividad humana y de la economía mundial y es entendido por los turistólogos como la salida de un individuo de su lugar habitual de residencia y de retorno al mismo, lo cual supone hospitalidad, encuentro e interacción con otras personas, además de la utilización de tecnología, lo que a su vez genera experiencias variadas y diversos impactos (Panosso y Lohmann, 2012).

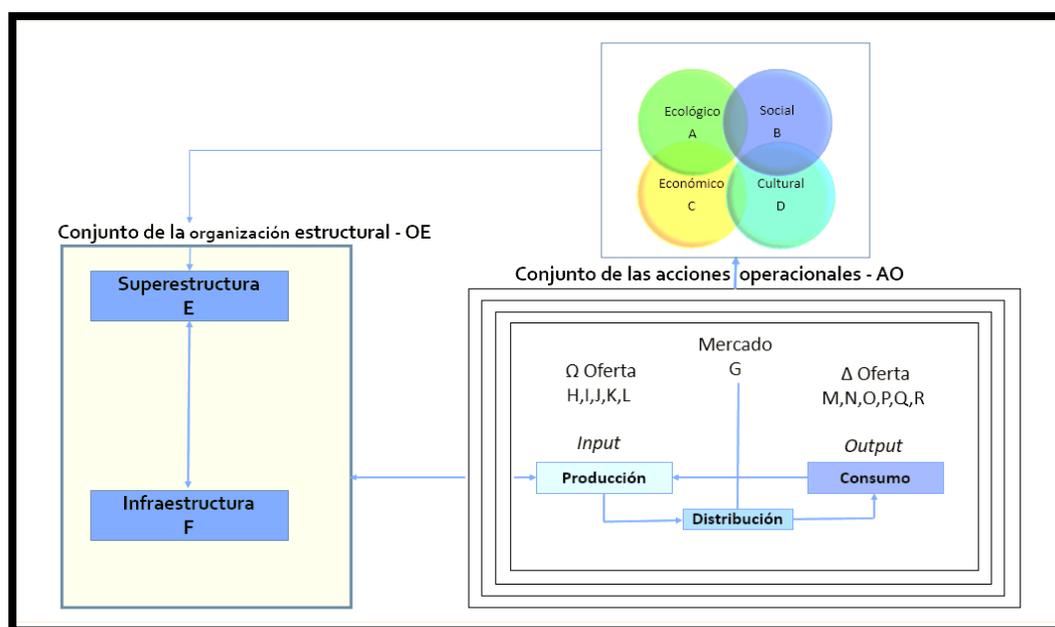
Por su parte, la Organización Mundial Del Turismo (2005-2007) sostiene que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico afín con el traslado de individuos a lugares diferentes al de su de residencia. El turismo influye en la

economía, en la población de los lugares visitados y en los visitantes. Por ello, es esencial implementar políticas de turismo enfocadas en el desarrollo global, considerando la gestión y la supervisión.

La teoría del sistema turístico, permite tener una mejor comprensión del turismo, al respecto, Beni aborda tres líneas de análisis de la actividad turística; la primera línea se enfoca en el aspecto de la producción, dentro de la diversidad de empresas que interactúan en el sector, algunas de las que transforman la materia prima en producto acabado y otras que ofrecen bienes y servicios ya existentes; la segunda línea se refiere a la distribución de bienes y servicios turísticos que va directamente de productor a consumidor; y la tercera línea se enfoca en identificar y establecer condiciones y componentes del viaje (el origen, los medios de transporte, la naturaleza del viaje, el tiempo de permanencia, los equipamientos, motivaciones, necesidades, la estructura de gastos y la estratificación económica y social del consumidor).

Asimismo, Beni ejecutó un diagrama para exhibir la complejidad y los subsistemas que integran el turismo, exponiendo que la ecología, agricultura, economía y sociología tenían variables que eran usadas permanentemente en la interpretación del fenómeno del turismo. La propuesta de Beni presenta una visión holística del desarrollo del turismo (Panosso y Lohmann, 2012).

Figura 1
Sistema turístico planteado por Beni



Adaptado de *Estudios y perspectivas en Turismo*, por G. Toledo, J. Álvarez y A. Casiroman, 2002, Planificación Turística, p.211, disponible en: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documento>

En la figura se muestra el sistema turístico que planteo Beni, se observan 3 conjuntos:

- Conjunto de las relaciones ambientales: Compuesto por el sistema cultural, social, ambiental y económico ya que influyen en el turismo, además sufre la influencia del medio y al mismo tiempo este influye sobre él.
- Conjunto de la organización estructural: Constituido por los sistemas de la superestructura y la infraestructura. La superestructura está compuesta por las secretarías municipales, Ministerio de turismo, asociaciones públicas y privadas que permiten armonizar la producción y la venta de los diferentes servicios del SISTUR; la infraestructura está compuesta por los servicios de transporte, comunicación, servicios y equipamiento para el turismo, saneamiento básico, el sistema viario y

de transportes, la organización territorial, y los costos e inversiones en infraestructura turística.

- Conjunto de las acciones: Referido a la dinámica del sistema de turismo, de este forman parte los subsistemas de la oferta, del mercado, de la demanda, de la producción, de la distribución y del consumo. En el subsistema de la oferta están los bienes y servicios turísticos. La demanda son las personas dispuestas a consumir los bienes y servicios. Por tanto, el mercado es la intersección entre oferta y demanda.

El subsistema de producción son las empresas que producen bienes y servicios turísticos (restaurantes, hoteles, empresas de transportes). En el subsistema de consumo se encuentran los procesos de toma de decisiones de consumo de bienes y servicios turísticos (Naranjo y otros, 2019).

En tanto, Molina (2007) sostiene que, el turismo puede ser definido, conocido, analizado y evaluado como sistema, el mismo que está integrado por un conjunto subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo común. Los subsistemas que lo componen son los siguientes:

- La superestructura: Organizaciones del sector público y privado; leyes, reglamentos, planes, programas.
- La demanda: Turistas residentes en el país y en el extranjero.
- La infraestructura: Aeropuertos, carreteras, redes de agua potable, de drenaje, de teléfono, etcétera.
- Los atractivos: Naturales y culturales.
- El equipamiento y las instalaciones: Hoteles, moteles, campings, trailer parles, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes, albergas y canchas de tenis, entre otros.

- La comunidad receptora: Residentes locales ligados directa e indirectamente con el turismo.

Los objetivos que estos subsistemas son: contribuir a la evolución integral de los individuos y grupos humanos, promover el crecimiento y desarrollo económico y social y proporcionar descanso y diversión (p. 13).

2.3. Marco conceptual

2.3.1. Gestión

La palabra gestión proviene del latín *gestio*, y se refiere a la acción de administrar o gestionar algo. La gestión pública está orientada hacia la correcta administración de recursos del Estado con el objetivo de resolver las problemáticas de la población y promover el desarrollo del país; al respecto Chiara y Di Virgilio (2009) definen la gestión como “un espacio privilegiado de transformación de la política social en donde los actores juegan sus apuestas estratégicas” (p.60).

En el ámbito estatal, la gestión presenta dificultad para medir su rendimiento, la transparencia en las diversas acciones, y la multiplicidad de objetivos que componen limitaciones; pues hace falta mejorar las políticas con el fin de mejorar la gestión pública (Ortún, 1995). El problema del sector público es que los empleados públicos se limitan a realizar determinadas tareas y no se enfocan en alcanzar objetivos organizacionales, por lo cual se debe innovar y capacitar al personal de acuerdo a los puestos que desempeñan, tomando en cuenta la meritocracia, de modo que los funcionarios tengan un óptimo nivel profesional, a fin de que las instituciones cumplan de manera efectiva los objetivos para las que fueron creadas, y que políticas públicas se direccionen a la competencia, innovación y globalización de los productos y servicios que ofrecen a la población, y se refleje en efectos positivos

entre la administración pública y la teoría de la organización (Morejón, 2016). “Para tener organizaciones gubernamentales eficientes, no sólo necesitamos el gerencialismo, sino también un diseño político inteligente” (Arellano y Cabrero, 2005, p. 615).

La gestión pública en el Perú ha pasado por diversos cambios, a partir del año 2002, con la aprobación de la Ley de Modernización de la Gestión del Estado, Ley N°27658, se declaró al Estado en proceso de modernización en sus diferentes instancias con la finalidad de mejorar la gestión pública y construir un Estado democrático, descentralizado y al servicio del ciudadano; enfocándose a la gestión por resultados en las diversas dependencias de la administración pública a nivel nacional.

El Instituto para la Democracia y Asistencia Electoral- IDEA (2009) sostiene que la nueva gestión pública busca “satisfacer las necesidades de los ciudadanos mediante una gestión pública eficiente y eficaz; para ello es necesario el desarrollo de servicios de mayor calidad con sistemas de control transparentes; sistemas administrativos centralizados y más cercanos al ciudadano”. La Nueva Gestión Pública está cimentada en:

- a) La formulación estratégica de políticas de desarrollo y gestión.
- b) La progresiva eliminación de la burocracia, apuntando a una la gestión por resultados.
- c) La creación del valor público.
- d) El desarrollo de las instituciones y dimensionamiento adecuado del Estado
- e) El mejoramiento de las conquistas macroeconómicas y la equidad social (IDEA, 2009).

La gestión pública se enfoca en optimizar la aptitud de dirigir por parte de los gestores públicos y mejorar la productividad, además de modificar la idea de administrar por la de gestionar. La gestión pública impacta en el turismo mediante la implementación de diversas políticas, pues según refiere González y Miralbell (2010) la gestión pública en el sector turismo debe enfocarse en implementar acciones en el sector privado que permitan mejorar la oferta turística, con orientación a la identificación y resolución de conflictos.

2.3.2. El Estado como regulador de servicios

La intervención del Estado se justifica por la necesidad de priorizar el bienestar social antes que la competencia; por lo cual el Estado establece diversos lineamientos con el fin de equilibrar la satisfacción de los usuarios y los beneficios que esperan las empresas, por lo cual hay diversas entidades encargadas de la regulación de servicios públicos y privados (Esan, 2016).

Dado que en los mercados no hay competencia perfecta, y existen monopolios y diversas fallas, es inevitable la existencia de regulaciones. Por lo que el Estado debe intervenir para que la economía opere de manera adecuada (Barreto, 2009).

En este sentido, los servicios turísticos, como es el de restaurantes, es regulado por las diversas políticas públicas y lineamientos del Estado, de manera específica, este rubro es regulado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

2.3.3. Gestión de la DIRCETUR

Con la conceptualización antes mencionada se aborda la gestión pública de forma general; empero, en la presente investigación se pretende analizar la gestión que realiza la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cajamarca en el rubro de restaurantes, la cual está enmarcada en los conceptos antes expuestos, por

tanto, la gestión de la DIRCETUR debe estar alineada a los objetivos del MINCETUR, el cual tiene dentro de sus políticas, el promover la calidad turística, con el objetivo de posicionar al Perú como un referente de calidad de servicios y satisfacción de turistas, enfocándose en cuatro aspectos: calidad de recursos humanos en turismo; calidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos; calidad de los sitios turísticos y calidad de los destinos turísticos.

En el D.S. N°025- 2004-MINCENTUR (2004, p.3) se estipula que la gestión de la DIRCETUR de Cajamarca en el rubro de restaurantes está enmarcada principalmente en la categorización, supervisión y capacitación, ya que dichas funciones son las que están directamente relacionadas con la regulación del servicio de restaurantes, las cuales a su vez forman parte de las dimensiones de la gestión en el rubro de restaurantes.

Dimensiones de la gestión en el rubro de restaurantes

A. Categorización y/o calificación de restaurantes

La categorización de restaurantes tiene como propósito estandarizar los procesos de operación en el sector gastronómico; asimismo, permite ser beneficiario de los lineamientos para mejora de la calidad promovido por el MINCETUR. En el Reglamento de Restaurantes, Decreto Supremo N° 025-2004-MINCETUR, 2004, se estipula que la categorización es el rango que puede ostentar un restaurante de acuerdo a los requisitos con los que cuenta, este rango puede ser de uno (1), dos (2), tres (3), cuatro (4) o cinco (5) tenedores.

Por otro lado, se indica que la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo es quien concede el certificado de categorización, cuando el titular de un restaurante lo solicita, luego de corroborar que cumple con los requisitos establecidos en el TUPA; posterior a ello, la DIRCETUR verifica el

cumplimiento de requisitos mediante una ficha de observación, realiza un informe técnico y si todo es conforme, procede a otorgar la categoría correspondiente, la vigencia del Certificado tiene una duración de hasta cinco (5) años renovables. Esperanza escobar, encargada del área de turismo de la DIRCETUR, refiere que desde su despacho promueven la categorización en los restaurantes del centro histórico, haciendo ver a los propietarios los beneficios de ser un restaurante categorizado, aunque no se han alcanzado resultados satisfactorios.

B. Supervisión a restaurantes

De acuerdo a la Real Academia Española (2014) supervisar es realizar la inspección superior en trabajos realizados por otras personas. Por tanto, la supervisión a los restaurantes vendría a ser la inspección por parte de la DIRCETUR a los procesos que se desarrollan en un establecimiento de expendio de comida. En el Reglamento de Restaurantes, se estipula que la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo tiene la potestad de realizar la cantidad de supervisiones que crea conveniente, a fin de verificar las condiciones de prestación del servicio de los restaurantes. Para llevar a cabo las visitas de supervisión, la DIRCETUR cuenta con un programa de actividades, además tiene la potestad de aliarse con otras instituciones a fin de que su trabajo sea más eficiente. Al realizar la supervisión, los funcionarios están facultados a:

1. Verificar que se preste el servicio de expendio de comidas y bebidas.
2. Verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el Reglamento.
3. Verificar las condiciones bajo las cuales se presta el servicio de expendio de comidas, bebidas y demás servicios que brinda el restaurante.

4. Solicitar la exhibición o presentación de la documentación que dé cuenta del cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos en el Reglamento.
5. Levantar actas en las que constarán los resultados de la supervisión.
6. Recomendar las acciones correctivas que correspondan, las cuales podrán ser incorporadas en el acta.
7. Otras que se deriven de las normas legales vigentes (Mincetur, 2004).

C. Capacitación en el rubro de restaurantes

La capacitación está referida al hecho de lograr que una persona sea apta o capaz de realizar determinadas actividades. Permite mejorar el servicio y enfocarse en una ventaja competitiva en el mercado gastronómico, por ello es fundamental mantener un estándar de calidad, innovar y reinventarse constantemente de acuerdo a los requerimientos del público (Soto, 2012). Para Chiavenato (2009) la capacitación “es un proceso educacional de carácter estratégico mediante el cual el personal adquiere o desarrolla conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a aspectos de la organización, además de incrementar su eficiencia” (p.312).

La capacitación apunta a lograr servicios turísticos de calidad, por lo cual las acciones de la DIRCETUR están enmarcadas en el Programa para el Fortalecimiento de Competencias (PFC), a fin de que el personal que labora en diversos restaurantes participe de las capacitaciones que esta promueve en alianza con el Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR²).

² **CENFOTUR:** es una entidad adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Tiene 37 años de experiencia y está comprometido en lograr la competitividad del capital humano en el sector turismo. Además, cuenta con la Certificación TEDQUAL, otorgada por la Organización Mundial del Turismo.

Al respecto, la ministra, Silva (2015) señaló que con “estas capacitaciones se busca ofrecer servicios de calidad en los restaurantes y hoteles, cumpliendo las normas y reglamentos vigentes sobre los aspectos de inocuidad higiene y limpieza”. Por ello, en el Plan Nacional de Calidad Turística (CALTUR³ 2017-2025) señala que el ámbito de los prestadores de servicios turísticos, del cual forman parte los restaurantes, ha sido dotado de diversas herramientas planteadas en dicho plan, las mismas que están orientadas a instaurar el proceso de mejora continua en las empresas, y una de ellas es el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas- SABP, que promueve la mejora continua de la calidad de los servicios, mediante la aplicación de buenas prácticas, para lo cual se cuenta con manuales de buenas prácticas con el fin de desarrollar una cultura de calidad, reconocer la importancia de prestar servicios de calidad, fomentar la implementación de procesos de mejora continua (Caltur, 2017).

En Cajamarca, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), es la que se encarga de hacer las coordinaciones respectivas con el CENFOTUR, a fin de brindar capacitaciones cortas en: (Manipulación e inocuidad de alimentos, Técnicas de atención al cliente, Servicio en restaurante y Emprendimiento).

2.3.4. Servicio de restaurantes

El servicio es la acción de satisfacer una necesidad, los servicios tienen carácter intangible, dado que no se pueden almacenar o revender. Al respecto, Tigani (2006) refiere que el servicio es un trabajo hecho por un individuo en favor de otro,

³ El **Plan Nacional de Calidad Turística del Perú – CALTUR**, es un instrumento de gestión del Sector Turismo que establece las estrategias y líneas de acción en materia de calidad, para posicionar al Perú como un destino global de calidad, logrando que sus destinos y productos sean percibidos como espacios y experiencias de alto valor en todos sus componentes.

es decir que los clientes dependen de lo que haga el personal de una determinada empresa. Por otro lado, Lovelock y Wirtz (2009) definen el servicio como una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo, y que buscan dar valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo. Los servicios tienen 3 características:

1. **Intangibles;** porque no se pueden experimentar a través de los sentidos hasta que no son adquiridos.
2. **Inseparables;** porque se producen y consumen simultáneamente, no se pueden almacenar, ni transferir.
3. **Heterogéneos;** porque los servicios son difíciles de estandarizar.

En el contexto de la investigación, es preciso abordar el término servicio desde el enfoque turístico; en referencia a ello, Ramírez (2002) señala que el servicio turístico es el conjunto de acciones claramente diferenciadas entre sí, pero intrínsecamente relacionadas, que marchan de modo armónico y ordenado con el fin de garantizar las exigencias de la demanda turística.

La palabra "restaurante" es de origen francés, y se utilizó por primera vez en París, al llamar así a un establecimiento fundado en 1765, en el cual se servían bebidas y comidas. Su éxito fue tal, que empezaron a abrir otros establecimientos, en los que los comensales eran atendidos por camareros y mayordomos que habían abandonado sus empleos (Delado, 2019).

Un restaurante es una instalación en la que se ofrecen alimentos y bebidas, que van acompañados de servicios los cuales son intangibles, es decir que producto y servicio van *de la mano*, por ello brindar un buen servicio conlleva a la satisfacción del comensal (Nanclares, 2001). El MINCETUR refiere que un "restaurante es un establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, y debe ofrecer al cliente sus servicios en óptimas condiciones de higiene, buena

conservación del local, mobiliario y equipos, y cumplir con la normatividad vigente” (D.S. N° 025 -2004-MINCETUR, 2004).

En el D.S. N°025 -2004-MINCETUR se estipulan los lineamientos para el servicio de restaurantes, de acuerdo a la categoría que ostenta (de uno a cinco tenedores), y los restaurantes mínimamente deben cumplir los lineamientos de restaurante de 1 tenedor para brindar un servicio de calidad, debiendo contar con:

- Servicios Higiénicos independientes para damas y caballeros con inodoro y lavatorio.
- Cocina: Los muros, pisos y techos estarán revestidos con materiales que permitan una rápida y fácil limpieza.
- Personal: No está obligado a llevar uniforme en su integridad, sin embargo, deberá guardar similitud en el modelo y color de la camisa.
- Además, debe contar con medios de acceso, escaleras y pasadizos, así como elementos de protección contra incendios, siniestros y accidentes de acuerdo a las normas de seguridad vigentes.

Características del servicio

Ramírez Cavassa (2002) sostiene que, el servicio como tal es intangible y su calidad genera cantidad a corto plazo; es decir, la gestión de la calidad en los servicios aunada a la productividad resultan en la satisfacción del turista y por ende el incremento de ventas. Asimismo, Tigani (2006) señala que las características de un servicio de calidad son:

1. Respuesta: La capacidad de respuesta muestra el grado de preparación que se tiene para accionar frente a una situación.
2. Atención: implica sentirse apreciado, escuchado y recibir la ayuda necesaria.

3. Comunicación: significa entender a nuestro cliente y ser bien comprendidos por este.
4. Accesibilidad: acceso al servicio.

Dimensiones del servicio de restaurantes

El servicio de restaurantes está enmarcado en los servicios turísticos, lo cuales se rigen por los lineamientos del MINCETUR, que están estipulados en el Manual de Buenas Prácticas para la Atención al cliente ⁴; dicho documento señala que los componentes para lograr un buen servicio son:

- a) El cliente: Es la razón de ser del servicio, por lo tanto, y en la medida de lo posible, el servicio debe ser hecho a su medida para ajustarse a sus deseos y satisfacer sus necesidades.
- b) Soporte físico: Constituido por todos los elementos materiales necesarios para la prestación del servicio, ambientación del establecimiento
- c) Las herramientas y equipos con los que cuenta y que aportan a la satisfacción del cliente.
- d) Personal de contacto: Son las personas encargadas del contacto directo con el cliente, estas deben ser capacitadas a fin de satisfacer las necesidades de cada tipo de cliente; para ello es necesario que en las empresas se aplique: Lineamientos detallados en el Manual de Buenas Prácticas y manejo de quejas y sugerencias.
- e) Sistemas de organización interna: Es la base de la empresa y lo constituyen todas las funciones organizativas como las finanzas, contabilidad, personal,

⁴ El Manual de Buenas Prácticas para la Atención al cliente es una guía operativa que proporciona técnicas y procedimientos para el personal de contacto de empresas turísticas, enfocado en la calidad del servicio y su mejora continua.

etc. En este sentido, los restaurantes mínimamente deben contar con: Inventarios, Kardex, comandas, boletas y otros documentos contables; y programación de reuniones y capacitaciones para el personal (Mincetur, 2013).

2.4. Definición de términos básicos

Actividad turística

Son las acciones que ejecutan las personas naturales o jurídicas con un fin relativo al turismo (Marrero, 2016).

Calidad turística

Es la consecuencia de un proceso enfocado en la satisfacción de las necesidades, exigencias y expectativas de los consumidores en relación a los productos y servicios que forman parte de la actividad turística (Marrero, 2016).

Categorización de restaurantes

Rango que se le asigna a un restaurante de acuerdo al Reglamento del MINCETUR.

Gestión pública

Es la administración adecuada de los recursos del Estado, con el fin de satisfacer las necesidades de la ciudadanía y fomentar el desarrollo del país (Presidencia del Consejo de Ministros, 2013).

Inventario

Es un registro que sirve para mantener las cantidades mínimas necesarias que garanticen continuidad de todo flujo en la cadena logística asegurando la máxima satisfacción del cliente (Céspedes y otros, 2017).

Kardex

Es un documento administrativo que sirve para registrar la salida y entrada de productos con el fin de tener un mejor control de las existencias.

Planta turística

Es la que está integrada por el equipamiento y las instalaciones que coadyuvan a la actividad turística (Boullón, 2006).

Política turística

Se refiere a los lineamientos de ordenación, planificación, promoción y regulación de la actividad turística (González y Miralbell, 2010).

Restaurante

Establecimiento que oferta comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, prestando el servicio de acuerdo a las normas sanitarias correspondientes (Mincetur, 2004).

Sello CULTUR

Es una herramienta creada para distinguir a los prestadores de servicios turísticos que aplican los estándares establecidos en las Norma Técnica Peruana del Sector Turismo (Caltur, 2017).

CAPÍTULO III

PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

Existe relación positiva entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

3.1.2. Hipótesis específicas

H₁: Existe relación positiva entre las capacitaciones brindadas por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

H₂: Existe relación positiva entre la supervisión que realiza la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

H₃: Existe relación positiva entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

3.2. Variables

Variables X: Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

Variables Y: Regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca.

3.3. Operacionalización de variables

Tabla 1*Operacionalización de variables*

Título: Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Respecto a la Regulación del Servicio de los Restaurantes del Centro Histórico de Cajamarca, 2019					
Hipótesis	Definición conceptual	Definición operacional de las variables			
		Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Hipótesis general	La Gestión Pública hace referencia a la capacidad de gestionar una organización con eficiencia, eficacia, calidad y rentabilidad en todos sus procesos (Zambrano, 2008).	Variable X Gestión de la DIRCETUR	Capacitación	Invitación a capacitaciones. Asistencia a talleres realizados.	Cuestionario Guía de entrevista
Hipótesis específicas:			Supervisión	Restaurantes supervisados. Frecuencia de supervisión.	Guía de entrevista
H1: Existe relación positiva entre las capacitaciones brindadas por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los			Categorización de restaurantes	Promoción de categorización. Restaurantes categorizados y en proceso de categorizar.	Guía de entrevista

restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.	El servicio es una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo, y no implica transferencia de propiedad. Los servicios son intangibles, inseparables y heterogéneos (Lovecock & Wirtz, 2009).	Variable Y Regulación del servicio de restaurantes	Servido del menú Personal de contacto	Características del menú acorde a los lineamientos. Protocolo de atención al cliente. Manejo de quejas y reclamos.	Ficha de observación
H₂: Existe relación positiva entre la supervisión que realiza la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.					
H₃: Existe relación positiva media entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.					
			Soporte físico	Ambientación del establecimiento. Equipos y herramientas.	Ficha de observación
			Sistema de organización interna	MOF RIT Programación de reuniones y capacitaciones. Documentos contables.	Cuestionario

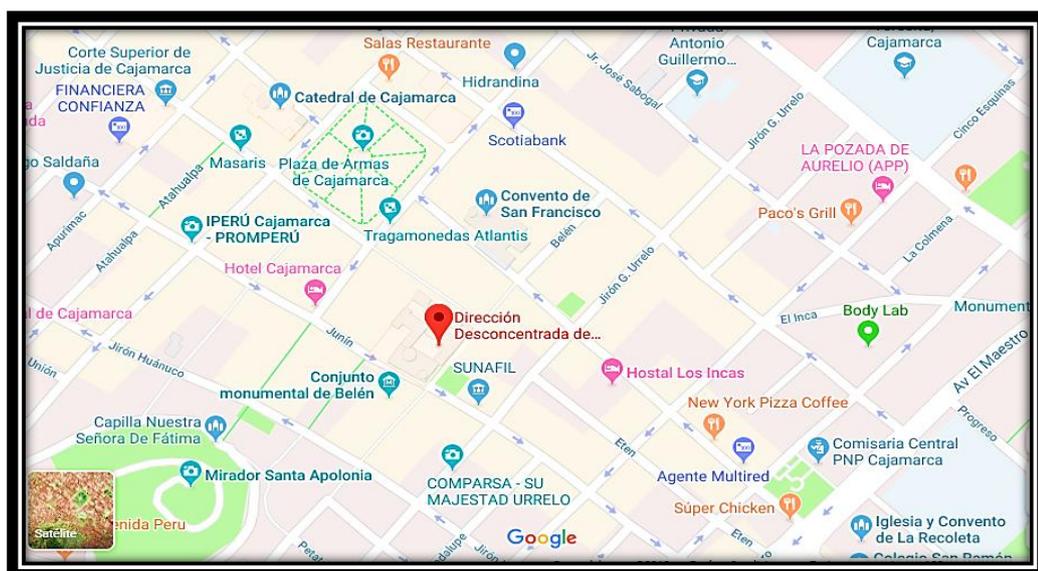
CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación geográfica de la DIRCETUR-Cajamarca

Figura 2

Ubicación geográfica de la DIRCETUR

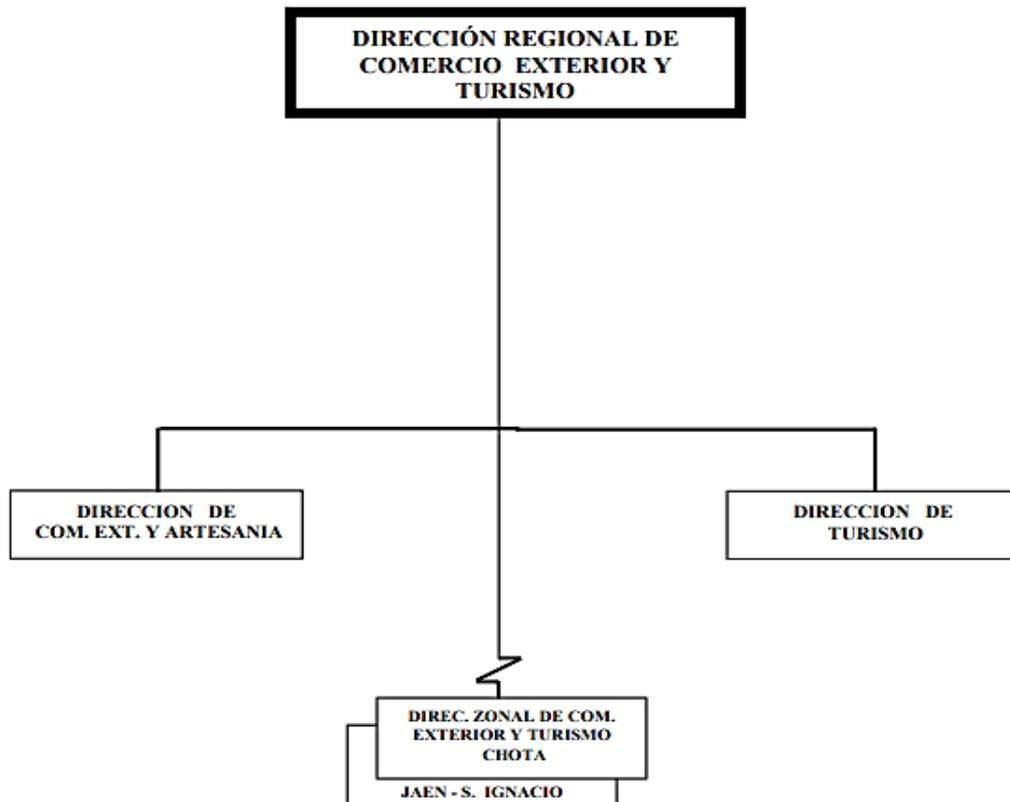


La presente investigación analiza la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cajamarca, la cual está ubicada dentro de las instalaciones del Complejo Monumental Belén, a una cuadra de la plaza de armas, a una altitud de 2,750 metros sobre el nivel del mar. Se ubica en el jirón Belén.

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Cajamarca, es responsable de la implementación y ejecución de las políticas nacionales y regionales en materia de comercio exterior, turismo y artesanía en el ámbito regional. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible. Dentro de la de la dirección hay dos áreas específicas, la dirección de turismo y la de comercio exterior y artesanía.

Figura 3

Organigrama estructural de la DIRCETUR Cajamarca



Nota: Adaptado de DIRCETUR (2013)

Dirección de comercio exterior y artesanía: Es responsable de ejecutar la política de desarrollo de comercio exterior y artesanía en la región, así como promover el desarrollo de una cultura exportadora en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

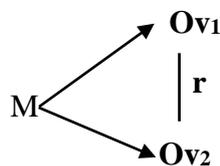
Dirección de turismo: Es responsable de proponer y ejecutar la política regional de la actividad turística, en el marco de la política nacional de turismo; así como calificar y supervisar a los prestadores de servicios turísticos, de conformidad con las normas y reglamentos, expedidos por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Dentro de la dirección de turismo tienen el área de restaurantes, la cual se encarga de supervisar que cumplan con lo establecido en el reglamento de restaurantes, asimismo, brindan diversos talleres y

capacitaciones en convenio con CENFOTUR, las cuales están enfocadas en mejorar la calidad del servicio y son gratuitas.

4.2. Diseño de la investigación

Hernández y otros (2014) señalan que el diseño se refiere a la estrategia que se emplea para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento. Asimismo, sostienen que la investigación no experimental es la que se realiza sin la manipulación intencional de las variables en estudio, es decir que, sólo se observan los fenómenos para analizarlos.

En este sentido, el presente estudio utilizó un diseño no experimental de corte transversal, ya que no se ha manipulado las variables en estudio: gestión de la DIRCETUR y servicio de restaurantes, la mismas que se describieron en un espacio y año determinado y luego se procedió a analizarlas y determinar la relación entre ambas variables.



M= muestra

Ov₁= Observación de la variable 1: Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.

Ov₂= Observación de la variable 2: Restaurantes del centro histórico de Cajamarca.

r= correlación entre variables.

4.3. Métodos de investigación

Método deductivo - inductivo

Este método sirvió para plantear el problema respecto a la gestión que realiza la DIRCETUR para regular el servicio de los restaurantes; asimismo permitió partir de concepciones teóricas relacionadas a la gestión pública y al

servicio de restaurantes, para poder plantear la hipótesis acorde al problema y los objetivos de la investigación, y a la vez estructurar la matriz de operacionalización de variables, misma que sirvió para el diseño de instrumentos posibilitando la recolección de datos de los restaurantes y de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, mediante una encuesta y entrevista respectivamente.

Método analítico-sintético

Dicho método permitió desagregar cada una de las variables de estudio en sus componentes. Es decir, la gestión de la DIRCETUR en sus dimensiones: capacitación, supervisión y categorización; y la regulación del servicio de restaurantes en sus dimensiones: servido de menú, personal de contacto, soporte físico y sistema de organización interna. Asimismo, la síntesis estuvo presente en el análisis y discusión de los resultados y en las conclusiones de la investigación.

Método descriptivo

Dicho método sirvió para definir, clasificar, sistematizar y caracterizar los elementos que conforman la estructura del objeto de estudio en concordancia a los objetivos planteados en la investigación; de modo que se describieron las características del servicio prestado en los restaurantes del centro histórico, y las acciones reguladoras que realizó la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en materia de restaurantes.

Método estadístico

Este método permitió cuantificar la información recopilada en las encuestas y en la ficha de observación que permitiría verificar la hipótesis; para ello se recolectó la información, luego se hizo un vaciado de datos en Excel, para luego procesarlos en el software SPSS versión 26, esto a su vez permitió presentar, sintetizar y analizar los resultados.

4.4. Población, muestra, unidad de análisis y unidades de observación

4.4.1. Población

Se consideraron dos poblaciones para poder hacer un mejor contraste de los datos recolectados. La primera formada por el personal (1) encargado del área de restaurantes de la DIRCETUR; y la segunda población, conformada por los administradores o encargados de 14 restaurantes ubicados en el centro histórico de Cajamarca.

4.4.2. Muestra

Para determinar la muestra se consideró un muestreo por conveniencia, el cual se caracteriza por la disponibilidad de los sujetos a formar parte de la investigación. De modo que se consideró una persona de la DIRCETUR, puesto que el área de restaurantes es gestionada por una sola persona, la señora Esperanza Escobar. Y, 10 administradores o encargados de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca.

Como criterios de inclusión se tomó en cuenta a los restaurantes que tienen más de dos años de funcionamiento, debido a que pueden tener una opinión más certera respecto de la gestión que realiza la DIRCETUR; a restaurantes ubicados a dos cuadras de la plaza de armas, en los jirones de El Batán, Amalia Puga, El Comercio, Cruz de Piedra y Belén; y cuyos dueños aceptaron formar parte de la investigación y permitieron la aplicación de instrumentos, haciendo un total de 10 restaurantes. Como criterios de exclusión se consideró a los restaurantes cuyo funcionamiento es menor a dos años, ubicados a más de dos cuadras de la plaza de armas; y cuyos dueños se negaron a formar parte de la investigación y no permitan la aplicación de instrumentos.

4.4.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis son los administradores o encargados de los 10 restaurantes del centro histórico de Cajamarca, y la encargada del rubro de restaurantes de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo.

4.4.4. Unidad de observación

Las características de los restaurantes y la forma de gestionar de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo en el rubro de restaurantes.

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

4.5.1. Técnicas de recopilación de información

- **Observación:** Es una técnica de recolección de datos que permite almacenar y sistematizar información sobre un fenómeno social que tiene relación con el problema que motiva la investigación. Para efectos de la presente investigación se acudió a cada uno de los 10 restaurantes y se observó y anotó lo visualizado tomando en cuenta una ficha de observación.
- **Encuesta:** Es un estudio detallado mediante la compilación de información que sirve para evaluar las percepciones de un grupo de personas. Se aplicaron encuestas a los dueños o encargados de los 10 restaurantes del centro histórico con el propósito de conocer la percepción que tenían sobre la gestión de la DIRCETUR con el fin de contrastar el cumplimiento de sus funciones, además de conocer de qué manera gestionar su restaurante.
- **Entrevista:** Es una técnica de recolección de datos que sirve para obtener información mediante una serie de preguntas. Se realizó una entrevista a la señora Esperanza Escobar, encargada del área de restaurantes de la DIRCETUR, con el fin conocer las acciones que se han realizado en el marco de sus funciones, y así

poder describir las acciones de dicha entidad; y, además contrastar con la información recolectada en los restaurantes.

4.5.2. Instrumentos de recopilación de información

- **Ficha de observación:** Se utilizó un formato estructurado con los indicadores de las dimensiones de la variable servicio en los restaurantes: características del servicio, personal de servicio y ambientación de los restaurantes, con lo cual se determinó la calidad del servicio prestado en los restaurantes del centro histórico (véase apéndice N°3).

Tabla 2

Estadísticas de fiabilidad de la ficha de observación

Alfa de Cronbach	N de elementos
,851	19

Nota: el coeficiente Alfa de Cronbach fluctúa entre el 0 y el 1. Este indica que, cuanto más próximo esté a 1, significa que mayor es la consistencia entre ítems; es decir que, al haberse obtenido un valor de 0,851, cuyo valor se ubica en el rango de 0,8 -1, significa que la confiabilidad de la ficha de observación es muy alta.

- **Cuestionario:** Es un instrumento conformado por un conjunto de preguntas escritas. En la presente investigación se utilizó un cuestionario estructurado con 17 preguntas, cuyo propósito fue recolectar información de las variables en estudio, considerando cada una de sus dimensiones e indicadores.

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad del cuestionario

Alfa de Cronbach	N de elementos
,941	17

Nota: El coeficiente Alfa de Cronbach obtenido es de 0,941, dicho valor se ubica en el rango de 0,8 -1, que significa que la confiabilidad del instrumento es muy alta.

- **Guía de entrevista:** se utilizó una entrevista estructurada con 14 preguntas con el objetivo de obtener información específica sobre las acciones que realizó la DIRCETUR respecto a la regulación del servicio de los restaurantes. Este instrumento fue revisado y validado por docentes de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Cajamarca.

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

Se recogió la información de los instrumentos y se procedió a elaborar la base de datos en Microsoft Excel y en SPSS V.26.0, para proceder a realizar el análisis, se empleó: la técnica de análisis de datos de estadística descriptiva. Asimismo, se usó la estadística inferencial para hacer la contrastación de hipótesis. Finalmente, se presentaron los resultados en tablas de frecuencia, incluyendo las tablas de la prueba de hipótesis.

4.7. Matriz de consistencia metodológica

Tabla 4
Matriz de consistencia

Título: Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo Respecto a la Regulación del Servicio de los Restaurantes del Centro Histórico de Cajamarca, 2019.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Metodología
Pregunta General	Objetivo General:	Hipótesis general	Variable X	Capacitación	Invitación a capacitaciones. Asistencia a talleres	Cuestionario Guía de entrevista	Nivel: correlacional Diseño: No experimental
¿En qué medida se relaciona la gestión de la Dirección de Comercio Exterior y Turismo con la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca, en el año 2019?	Establecer la relación de gestión de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.	Existe relación positiva de gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.	Gestión de la DIRCETUR				
Preguntas auxiliares:	Objetivos específicos:						
a) ¿Cómo se relaciona las capacitaciones que brinda la Dirección de Comercio Exterior y Turismo con la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019?	a) Establecer la relación entre las capacitaciones brindadas por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.						
				Supervisión	Restaurantes supervisados Frecuencia de supervisión	Guía de entrevista	Muestreo: por conveniencia Muestra: 10 dueños de restaurantes
				Categorización de restaurantes	Promoción de categorización. Restaurantes categorizados o en proceso de categorizar.	Guía de entrevista	01 personal de la DIRCETUR.

Tabla 5
Matriz de consistencia

Preguntas auxiliares:	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
b) ¿Cómo se relaciona la supervisión que realiza la Dirección de Comercio Exterior y Turismo con la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019?	b) Establecer la relación entre la supervisión realizada por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.	<p>H₁: Existe relación positiva entre las capacitaciones brindadas por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.</p> <p>H₂: Existe relación positiva entre la supervisión que realiza la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.</p> <p>H₃: Existe relación positiva entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.</p>	<p>Variable Y</p> <p>Servicio de restaurantes</p>	Servido del menú	Características del menú acorde a los lineamientos	Ficha de observación
				Personal de contacto	Protocolo de atención al cliente Manejo de quejas y reclamos	Ficha de observación
				Soporte físico	Ambientación del establecimiento. Equipos y herramientas.	Ficha de observación
c) ¿Cómo se relaciona la categorización de restaurantes con la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019?	c) Establecer la relación entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.			Sistema de organización interna	MOF RIT Programación de reuniones y capacitaciones. Documentos contables.	Cuestionario Ficha de observación

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo

La gestión de la DIRCETUR en el rubro gastronómico, está enmarcada principalmente, en la capacitación, supervisión y categorización de restaurantes; en torno a ello, en enero del año 2020 se realizó una entrevista a la señora Esperanza Escobar, encargada de esta área, con el fin de conocer la gestión realizada en el año 2019 (véase el Apéndice N°4). Asimismo, se realizó una encuesta a los dueños o encargados de 10 restaurantes del centro histórico, para contrastar lo mencionado por la encargada de la DIRCETUR, puesto que estos pueden dar cuenta de cómo fue en realidad dicha gestión.

En relación a la dimensión: capacitación, Esperanza Escobar refiere que se ha consolidado una alianza entre la DIRCETUR y el CENFOTUR con el fin de brindar diversos talleres para promover la mejora del servicio de los restaurantes, y fortalecer las competencias del personal y elevar la calidad de estos; se brindaron capacitaciones en Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos (BPM); atención al cliente de restaurantes; gestión de inocuidad en restaurantes; y Kardex y almacenes; todo ello en el marco del Programa para el Fortalecimiento de Competencias (PFC) que promueve el CALTUR (2017), con el fin de que el personal sea dotado de diversas herramientas orientadas a instaurar el proceso de mejora continua en las empresas.

En este contexto, los empresarios de restaurantes refirieron las acciones realizadas por la DIRCETUR, en el marco de su función de capacitar, según la siguiente tabla.

Tabla 6*Valoración porcentual de la dimensión capacitación*

Dimensión: Capacitación	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Recibieron invitaciones a reuniones, charlas y/o capacitaciones realizadas por la DIRCETUR.	Sí	9	90,0
	No	1	10,0
Asistió a las reuniones, charlas y/o capacitaciones realizadas por la DIRCETUR?	Sí	9	90,0
	No	1	10,0
Participación en capacitaciones realizadas por la DIRCETUR	Atención al cliente y BPM	9	90,0
	Gestión de servicio	1	10,0
	Control de almacén y Kardex	0	0,0
Calificación de las capacitaciones brindadas por la DIRCETUR	Buena	7	70,0
	Regular	3	30,0
	Mala	0	0,0
Impacto de las capacitaciones para el restaurante	Mejorar los procesos en el área de cocina	6	60,0
	Mejorar la atención al cliente	2	20,0
	Mejorar el manejo en almacén	2	20,0

Nota: Elaborado en base a la encuesta realizadas en los restaurantes

En la tabla se observa que el 90% de encuestados manifestó haber recibido y asistido a las capacitaciones organizadas por la DIRCETUR; la mayoría de ellos participaron en las capacitaciones sobre atención al cliente y BPM (Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos), lo mencionado concuerda con lo referido por Esperanza Escobar, que si bien un bajo porcentaje de empresarios de restaurantes participan de las capacitaciones, continuamente se cuenta con la presencia de representantes de los restaurantes ubicados en el centro histórico.

Asimismo, se observa que el 70% de encuestados calificó como bueno las capacitaciones que brindaba la DIRCETUR en colaboración con CENFOTUR; y, según

la mayoría de encuestados, en el 60% de restaurantes, dichas capacitaciones impactaron en el mejoramiento de los procesos del área de cocina, tales como: manipulación de alimentos, técnicas de cocción, control de porciones de insumos, disminución de mermas, entre otros; esto se pudo observar en la visitas realizadas para llenar la ficha de observación respecto del cumplimiento de lineamientos básicos de calidad, que dan cuenta que más del 70% de restaurantes cumplían con la mayoría de lineamientos, puesto que las capacitaciones organizadas por la DIRCETUR se enfocaron en mejorar los procesos de cocina y atención al cliente; por ello, son de gran importancia las capacitaciones, como refiere Núñez (2015), la asistencia técnica de la DIRCETUR a establecimientos de alimentación influye positivamente.

Los resultados que se muestran en la tabla 6, dan cuenta que la DIRCETUR organizó e invitó a los empresarios a diversas capacitaciones enfocadas en la gestión operativa y administrativa de restaurantes, con el objetivo de mejorar la calidad de servicio; no obstante, la influencia fue en su mayoría de representantes de los restaurantes del Centro Histórico, presentando ausencia significativa de otros restaurantes, por lo cual es necesario la aplicación de estrategias para tener una mayor afluencia en las capacitaciones. Concordando con lo que concluye Sánchez (2016) en su investigación, quien postula que es necesario aplicar estrategias para concretizar y desarrollar programas de cooperación público-privado, para alcanzar un desarrollo sostenible de la actividad turística, de la cual hacen parte los restaurantes. Por ello, es de gran importancia la creación de crear alianzas estratégicas entre la DIRCETUR y el gremio de los empresario de restaurantes con el fin principal de brindar servicio de calidad, para lo cual es relevante contar con mano de obra capacitada, que a su vez resultará en servicios de calidad que satisfarán a sus clientes y que impactará en el incremento de sus ventas e ingresos; puesto que, cuando el personal no recibe capacitación se traduce en un servicio deficiente,

concordando con la conclusión de la investigación de Acosta (2016), que la mayoría de empresas del sector gastronómico operan con personal sin capacitación, ni formación profesional generando como consecuencia insatisfacción en el consumidor y servicios que no se sustentan en un modelo de gestión de calidad, toda vez que un restaurante debe brindar un buen servicio que conlleve a la satisfacción del comensal, de acuerdo a lo postulado por Nanclares (2001).

En relación a la dimensión categorización, Esperanza Escobar refirió que, en la actualidad ninguno de los restaurantes del centro histórico ostenta alguna categoría, que antaño algunos contaban con categoría, pero no han solicitado renovación de la misma; y que al contactar con los empresarios señalaron que no realizaban el trámite debido a los múltiples requisitos que se exigen; lo mencionado se constató con lo mencionado por los encuestados, según se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 7

Valoración porcentual de la dimensión categorización de restaurantes

Dimensión: Categorización	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
DIRCETUR ha informado sobre los requisitos necesarios para la categorización de restaurantes	Sí	9	90,0
	No	1	10,0
Restaurantes que cuenta con categorización (1, 2, 3, 4 o 5 tenedores)	Sí	0	0,0
	No	10	100,0
Restaurantes que cuentan con Sello CALTUR	Sí	0	0,0
	No	10	100,0

Nota: Elaborado en base a la encuesta a dueños o encargados de restaurantes

En la tabla se observa que en el 90% de restaurantes, la DIRCETUR sí informó sobre los requisitos necesarios para obtener la categorización (1 a 5 tenedores); además, en el 100% de restaurantes manifestaron no ostentar ninguna categoría, ni contar con el sello CALTUR, el cual es un distintivo para servicios turísticos de calidad, ello se pudo

visualizar durante el llenado de las fichas de observación, puesto que no contaban con ningún distintivo del MINCETUR.

El hecho de que los restaurantes no cuenten con categorización influye en la calidad de su servicio; tal como refieren Arana y otros (2015), los establecimientos sin certificaciones incumplen las regulaciones que garantizan el cumplimiento respecto a la manipulación de los productos utilizados; las normas de inocuidad y calidad de los alimentos; que a su vez repercuten en la calidad de servicios, el cual está relacionado con la satisfacción del cliente, según concluyen Monroy y Urcádiz (2019) en su investigación.

Los resultados de la tabla N°7 muestran que la DIRCETUR cumplió con sus funciones brindando información sobre los requisitos y trámites necesarios para la categorización, pues en el Reglamento de Restaurantes (2004) refiere que el empresario es quien debe solicitar el certificado de categorización y realizar los trámites necesarios ante la DIRCETUR; empero, es necesario implementar estrategias que promuevan la categorización de restaurantes, a fin de lograr que los empresarios sean beneficiarios de los lineamientos para mejorar la calidad y estandarizar los procesos operativos, que establece el Mincetur (2004). En este contexto, las acciones de la DIRCETUR en materia de categorización son muy relevantes, ya que puede repercutir en que los restaurantes tramiten su certificado de categoría, puesto que como ente regulador tiene influencia, tal como aseveran Escalante y otros (2018) en su investigación de la gestión de la DIRCETUR de Ucayali, que existe relación positiva entre la gestión y el desarrollo turístico, en los cuales se considera al rubro gastronómico.

Respecto de la dimensión: supervisión, Esperanza Escobar señaló que estas se realizaron entre dos a tres veces al año; cuyo fin fue verificar que las instalaciones de los restaurante estén acorde a lo que señala el Reglamento de Restaurantes (2004): contar mínimamente con servicios higiénicos independientes; la cocina debe estar revestida con

materiales de fácil limpieza, contar con medios de acceso ante siniestros y accidentes; asimismo, verificaron que la vajilla, cristalería y menaje esté en buenas condiciones con el fin de salvaguardar la salud de los comensales y brindar un servicio de calidad, todo ello, en concordancia a lo estipulado en el D.S. N°025- 2004-MINCENTUR (2004) que refiere que la DIRCETUR debe supervisar el estado de conservación y la calidad en los restaurantes; de lo cual se da cuenta en la siguiente tabla.

Tabla 8

Valoración porcentual de la dimensión supervisión de restaurantes

Dimensión: Supervisión	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Entidad que supervisa el rubro de restaurantes en Cajamarca	Municipalidad Provincial de Cajamarca	4	40,0
	Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo	5	50,0
	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo	1	10,0
Veces durante el año que fue supervisado por la DIRCETUR	Una vez	4	40,0
	Varias veces	6	60,0
	Nunca	0	0,0
Acciones que debería implementar la DIRCETUR juntamente con las actividades de supervisión	Informar respecto a los nuevos lineamientos que se aprueban en el rubro de restaurantes	9	90,0
	Monitorear que se aplique lo enseñado en las capacitaciones	1	10,0

Nota: Elaborado en base a la encuesta a dueños o encargados de restaurantes

En la tabla se observa que el 50% de encuestados refirió que el ente rector en materia de supervisión de restaurantes es la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo; en tanto el 40% señaló que es la Municipalidad Provincial de Cajamarca, notándose que no todos tienen claro la labor de la DIRCETUR. Asimismo, el 60% de encuestados indicó que sus establecimientos fueron supervisados por la DIRCETUR varias veces a lo largo del año 2019; además, el 90% de encuestados manifestó que juntamente con la actividad de supervisión, la DIRCETUR debe informar respecto a los nuevos lineamientos que se aprueban en el rubro de restaurantes.

Los resultados exponen que la frecuencia de supervisión a los restaurantes por parte de dicha entidad se cumplió por lo menos una vez durante el año 2019; según el Reglamento de Restaurantes (2004) esta función implica verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos exigidos en el Reglamento de Restaurantes, verificar las condiciones bajo las cuales se presta el servicio y recomendar acciones correctivas (Mincetur, 2004).

Los resultados mostrados en la tabla 8 dan cuenta que la DIRCETUR sí cumplió con supervisar a los diversos restaurantes en el marco de sus funciones, difiriendo de los resultados de (Núñez, 2018), quien concluyó que la gestión de la DIRCETUR de Chachapoyas tuvo deficiencias, de igual manera, Escalante y otros (2018) concluyeron que la DIRCETUR de Ucayali no contribuye el desarrollo de la actividad turística.

Para supervisar, la DIRCETUR se alió con el área de fiscalización y bromatología de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, y de esa manera pudieron realizar operativos en los que se fiscalizó el cumplimiento de los lineamientos mínimos de calidad, de modo que se pudo sancionar a quienes incumplieron los lineamientos establecidos. En este sentido es importante resaltar la alianza estratégica de la DIRCETUR con la municipalidad, puesto que permiten el cumplimiento de funciones de manera más efectiva, concordando con lo que refiere Yumbato (2016), que las alianzas estratégicas son un eje fundamental para el impulso de la actividad turística de la ciudad de Cajamarca.

Por todo lo mencionado, se puede señalar que la DIRCETUR cumplió con su función de regular el servicio de restaurantes, pero le faltó implementar acciones para que sea más efectiva su gestión; ello concuerda en parte con lo que refiere Núñez (2018) en su investigación, de la importancia de la asistencia técnica a restaurantes. En este sentido, es muy importante que la DIRCETUR Cajamarca implemente estrategias que coadyuven al cumplimiento efectivo de sus funciones, por ejemplo, que se apliquen medidas para

que el personal de los restaurantes participe de las capacitaciones la mayor cantidad de veces posible, y que se creen instrumentos para monitorear continuamente el cumplimiento de los lineamientos establecidos; además de promover la categorización de restaurantes brindando facilidades sin dejar de lado los lineamientos mínimos de calidad que estipula el MINCETUR.

5.2. Regulación del servicio de restaurantes

Para evaluar el servicio de los restaurantes se usó como instrumento una ficha de observación, en la cual se consideraron los lineamientos básicos de calidad con los que debe contar un restaurante de acuerdo al Reglamento de Restaurantes. Estas observaciones se realizaron en 10 restaurantes durante el mes diciembre del año 2019, en horarios de 11 a 12 horas, puesto que son las horas más concurridas y permitió una mejor observación respecto del desenvolvimiento del personal de atención al cliente y de los procesos del área de cocina.

Tabla 9

Restaurantes en los que se aplicaron los instrumentos

Restaurante Salas I	Restaurante Las Tullpas I
Restaurante El Gordo	Restaurante Salas II
Restaurante El zarco	Restaurant- cevichería Conchas Negras
Restaurant- cevichería Belén	Restaurante-bar Los Faroles
Achorado Restaurant	D´Cava Parrillas & Resto-bar

Nota: Elaborado en base a las fichas de observación en los restaurantes

A continuación, se muestra lo observado en los restaurantes

Tabla 10

Valoración porcentual de la dimensión servido de menú

Dimensión: Servido del menú	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
La carta es variada y clara	7	0	3
Se toma el pedido oportunamente	10	0	0
el menú se sirve oportunamente	10	0	0
El menú servido coincide con las características detalladas en la carta	10	0	0

Nota: Elaborado en base a la ficha de observación de los restaurantes

En la tabla se observa que en la dimensión servido de menú: en la mayoría de restaurantes era bueno; en el 70% de restaurantes la carta era variada y clara; y en el 100% tomaban el pedido de manera oportuna, aunque, este aspecto variaba en algunos restaurantes, ya que en horas punta, el personal de atención al cliente no se abastecía a atender con prontitud, pues normalmente el menú lo servían en un tiempo prudente (15 minutos en promedio); también, en todos los restaurantes, las características del menú coincidían con los estipulado en la carta.

Los resultados de la tabla 10 muestran que, en relación al servido de menú, en la mayoría de restaurantes cumplía con los lineamientos básicos de calidad; esto concuerda con los resultados Fernández y Vigo (2019) que la percepción de la fiabilidad respecto al servicio era bueno según el 45%, de igual manera Monroy y Urcádiz (2019) en su investigación hallaron que la calidad de los restaurantes de La Paz, era buena según el 81.30%, por lo que concluyen que la calidad de servicio y satisfacción del cliente están relacionadas. En este contexto, entra a tallar las capacitaciones que brindó la DIRCETUR

en atención al cliente, el hecho de que el personal de los restaurantes asista contribuye a que en su práctica puedan tener un mejor desenvolvimiento.

Tabla 11

Valoración porcentual de la dimensión personal de contacto

Dimensión: Personal de contacto	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
El personal está uniformado y aseado	7	0	3
El personal saluda, es amable, presenta el menú de forma clara.	7	0	3
El personal está distribuido adecuadamente para atender oportunamente	4	0	6
El personal conoce los platos y los ingredientes de cada uno	10	0	0
Los mozos y azafatas realizan el protocolo correcto de servicio	7	0	3
El personal de atención al cliente es proactivo y tiene capacidad de respuesta	8	0	2

Nota: Elaborado en base a la ficha de observación de los restaurantes

En la tabla se observa que en la dimensión personal de contacto: en el 70% de restaurantes el personal estaba uniformado y aseado (con camisa o blusa, pantalón de vestir y mandil); en el 90% el personal saludaba a los comensales que ingresaban, lo trataban con amabilidad, y presentaban el menú de forma clara; en el 60% el personal estaba distribuido adecuadamente, es decir, cada mozo o azafata se encargaba de 4 o 6 mesas de manera exclusiva, de modo que puedan atender oportunamente; asimismo, en el 100% de restaurantes el personal conoce los platos y los ingredientes de cada uno (daban información clara respecto al menú, platos a la carta y bebidas que se ofrecía en el establecimiento); en el 70% los mozos y azafatas realizaban el protocolo correcto de servicio, el personal de atención al cliente es proactivo y tiene capacidad de respuesta.

Los resultados de la tabla 11 muestran que, el personal de los restaurantes en más del 60% de restaurantes aplicaba un correcto protocolo de atención al cliente; considerando que los mozos y azafatas son el primer contacto entre el restaurante y el comensal, estos deben ser capacitadas a fin de satisfacer las necesidades de cada tipo de cliente, según lo estipula el Manual de Buenas Prácticas para la Atención al cliente (2013). Pero, además del protocolo hay un factor muy importante que es la capacidad de respuesta que pueda tener el personal frente a cualquier dificultad o incomodidad que se genere en el comensal, por ejemplo: que no le agrade cómo sirvieron el plato, que encuentre algún elemento en el menú u otras situaciones; según Tigani (2006), la capacidad de respuesta muestra el grado de preparación que tiene un empleado para accionar frente a una determinada situación; esto contribuye a la satisfacción del cliente. Considerando esta dimensión, el servicio es bueno al cumplir los lineamientos establecidos, estos resultados coinciden con los de Fernández y Vigo (2019), quienes postulan que el servicio de los restaurantes del Centro Histórico es bueno.

Tabla 12

Valoración porcentual de la dimensión soporte físico de los restaurantes

Dimensión: Soporte físico	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Pisos, paredes y vidrios en buen estado de conservación e higiene.	6	0	4
La cocina tiene conexión directa con el salón.	10	0	0
Iluminación adecuada.	10	0	0
Mantelería está en buenas condiciones, limpia y acorde a la decoración del salón.	4	0	6
Cubertería, vajilla y cristalería conservada y en buenas condiciones.	10	0	0
El salón cuenta con estaciones de servicio.	5	0	5
Los servicios higiénicos están aseados y en buen estado de conservación.	8	0	2
Servicios higiénicos para damas y varones de forma independiente.	8	0	2

Nota: Elaborado en base a la ficha de observación de los restaurantes

En la tabla se observa que en la dimensión soporte físico: en el 60% de restaurantes, los pisos, paredes y vidrios estaban en buen estado de conservación e higiene; en el 100% de restaurantes la cocina tenía conexión directa con el salón de atención al cliente, y su iluminación era adecuada; en el 60% de restaurantes no contaban con mantelería en buenas condiciones, limpia y acorde a la decoración del salón, pues estaba un tanto deteriorada y sucia; en el 100% de restaurantes la cubertería, vajilla y cristalería si estaba conservada y en buenas condiciones; en el 50% de restaurantes El salón cuenta con estaciones de servicio⁵; y, en el 80% los servicios higiénicos estaban aseados y en buen estado de conservación y de manera independiente, para damas y varones.

Los resultados mostrados en la tabla 12 muestran que en la mayoría de restaurantes, el soporte físico era adecuado; según el Manual de Buenas Prácticas para la Atención al cliente (2013) estos son necesarios para la prestación del servicio, facilitan el trabajo del personal y la atención al comensal es más agradable, pues aspectos como la higiene en el menaje y vajilla son muy visibles, y contribuyen a que la experiencia del comensal sea agradable o desagradable, en este caso, los restaurantes cumplían con la mayoría de lineamientos pero se observa que en mantelería hubo falencias, este aspecto es importante, ya que otorga comodidad al cliente, y permite un equilibrio perfecto en el restaurante, por lo cual debe poseer características propias que den al establecimiento personalidad única y se diferencie de la competencia (Mincetur, 2013).

⁵ La estación de servicio es un mueble o área, que contiene cubiertos, vajilla, servilleteros, cristalería, Notas, saleros, etc. Cuyo fin es ahorrar tiempo al personal de atención al cliente y pueda atender con prontitud a los comensales.

Tabla 13*Valoración porcentual de la dimensión sistema de organización interna*

Dimensión: Sistema de organización interna	De	Ni de acuerdo ni	En
	acuerdo	en desacuerdo	desacuerdo
El personal de cocina aplica buenas prácticas en la manipulación de alimentos	10	0	0
El personal de atención al cliente tiene capacitación certificada	4	0	6
Estrategias que aplican para el manejo de quejas y reclamos:			
Se registra en el libro de reclamaciones.	2	0	0
El personal de atención al cliente debe solucionarlas.	8	0	0
Su establecimiento cuenta con documentos como:			
Kárdex y/o inventarios	7	0	0
Boletas/ facturas/ tickets Y comandas	10	0	0
Frecuencia de capacitaciones y/o reuniones con el personal:			
Mensualmente	5	0	0
Semanalmente	1	0	0
No se realiza	4	0	0

Nota: Elaborado en base a la encuesta a los dueños o encargados de restaurantes

En la tabla se observa que en la dimensión sistema de organización interna: el 100 % del personal de cocina aplicaba buenas prácticas en la manipulación de alimentos (correcto lavado de manos, uñas cortas, usar cotona y mascarilla); en tanto, solo el 40% del personal de atención al cliente contaba con capacitación certificada. En relación al manejo de quejas y reclamos, en el 80% de restaurantes, es el personal de atención al cliente quien debe solucionarlas de manera inmediata con el fin de evitar molestias en el cliente; asimismo, todos los restaurantes contaban con documentos de control contable tales como: boletas, facturas, tickets y comandas, pero no contaban con documentos

administrativos como MOF o RIT, los cuales son esenciales para el buen manejo de una empresa. Además, no todos los restaurantes tienen como prioridad la capacitación o reuniones con su personal, pues solo en el 50% se realizaba mensualmente, y en el 40% no se realizaba.

Los resultados muestran que respecto al sistema de organización interna en los restaurantes se cumple con lo básico, como es la manipulación de alimentos y documentos contables, pero se observa una clara falencia respecto de la capacitación del personal; por ello se concuerda con lo que refiere Acosta (2016) en su investigación, que en los restaurantes no se invierte en calidad, los servicios no se sustentan en modelos de gestión de calidad, y el personal no cuenta con capacitación y formación profesional, lo cual trae como consecuencia insatisfacción en el consumidor.

Y es que, estos aspectos son la base de una empresa, pese a que no son percibidas directamente por el cliente, repercutirá en los procesos y permitirán que el personal de contacto y el soporte físico interactúen de manera eficiente con el comensal generando un servicio de calidad (Mincetur, 2013). Por lo cual Regalado (2010) sostiene que los programas de capacitación favorecen la motivación, generan interés y despiertan la conciencia en los empleados, pues la calidad es un proceso que implica un trabajo constante, ya que los consumidores tendrán mayores exigencias. Finalmente, es menester señalar que los resultados muestran que sí hubo influencia de la gestión de la DIRCETUR en la regulación de servicio que brindan los restaurantes del centro histórico de Cajamarca.

5.3. Contrastación de la hipótesis

Antes de realizar la contrastación de hipótesis se realizó la prueba de distribución de los datos, para lo cual se usó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, la cual se utiliza en muestras menores a 50. Considerando un nivel de significancia de 0.05 (α). Es decir que, si el valor $p > \alpha$, significa que los datos siguen una distribución normal y no se rechaza H_0 ; mientras que, si el valor $p < \alpha$, significa que los datos no siguen una distribución normal y se rechaza H_0 .

Se planteó como hipótesis:

H₀: Los datos siguen una distribución normal

H₁: Los datos no siguen una distribución normal

Tabla 14

Prueba de normalidad de Shapiro-Wilk

Variab	Estadístico	gl	Sig.
Regulación del servicio	,594	10	,000
Gestión de la DIRCETUR	,640	10	,000

Nota: Obtenido del programa SPSS V. 26 a partir de la prueba de normalidad.

Interpretación: al haberse obtenido un p-valor menor al nivel de significancia ($\alpha=0,050$), en las variables regulación del servicio de restaurantes (0,000) y gestión de la DIRCETUR (0,000), se acepta la hipótesis alterna (H_1); y se concluye que los datos no siguen una distribución normal. Al ser las variables sin distribución normal, la prueba estadística recomendada es el Coeficiente de Correlación de Spearman; según Flores y otros (2017), para establecer la relación de dos variables cuantitativas que no siguen una distribución normal, la prueba que corresponde es el coeficiente de correlación de Spearman (rho de Spearman).

El coeficiente de correlación de Spearman puede variar de -1.00 a $+1.00$. Según Hernández y otros (2014) la interpretación de dicho coeficiente considera los siguientes baremos:

0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.

+0.10 = Correlación positiva muy débil.

+0.25 = Correlación positiva débil.

+0.50 = Correlación positiva media.

+0.75 = Correlación positiva moderada.

+0.90 = Correlación positiva muy fuerte.

+1.00 = Correlación positiva perfecta

Se planteó como hipótesis general:

H_G: Existe relación positiva entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

H₀: No existe relación entre gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

Tabla 15
Correlación entre las variables

			Gestión de la DIRCETUR	Servicio de los restaurantes
Rho de Spearman	Gestión de la DIRCETUR	Coeficiente de correlación	1,000	,761**
		Sig. (bilateral)		,016
		N	10	10
	Servicio de los restaurantes	Coeficiente de correlación	,761**	1,000
		Sig. (bilateral)	,016	
		N	10	10

Decisión estadística: Los resultados arrojaron un p-valor de 0,016, el cual es menor a 0.05 (nivel de significancia), por ello se concluye que sí existe relación entre las variables; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, afirmando que existe relación positiva entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

Asimismo, se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,761, este valor indica la existencia de una correlación positiva considerable; por tanto, se puede afirmar que existe correlación positiva considerable entre la gestión de la DIRCETUR y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019. A continuación, se procede a la contrastación de las hipótesis específicas:

H₁: Existe relación positiva entre las capacitaciones brindadas por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

H₀: No existe relación entre las capacitaciones brindadas por la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

Tabla 16

Correlación entre la capacitación y la regulación del servicio de los restaurantes

			Capacitación	Servicio de los restaurantes
Rho de Spearman	Capacitación	Coeficiente de correlación	1,000	,826**
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	10	10
	Regulación del servicio de los restaurantes	Coeficiente de correlación	,826**	1,000
		Sig. (bilateral)	,003	.
		N	10	10

Decisión estadística: Debido a que se obtuvo un p-valor de 0,003, el cual es menor a 0.05 (nivel de significancia), se rechaza la hipótesis nula; por lo cual se concluye que existe relación positiva entre la dimensión capacitación y la variable regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca.

Asimismo, se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0,826, el cual es mayor a +0.75; por tanto, se puede afirmar que existe correlación positiva considerable entre la capacitación que brinda la DIRCETUR y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca.

H₂: Existe relación positiva entre la supervisión que realiza la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

H₀: No existe relación entre la supervisión que realiza la Dirección de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

Tabla 17

Correlación entre la supervisión y la regulación del servicio de los restaurantes

		Supervisión	Servicio de los restaurantes
Supervisión	Coefficiente de correlación	1,000	,802**
Rho de Spearman	Sig. (bilateral)	.	,005
	N	10	10
Regulación del servicio de los restaurantes	Coefficiente de correlación	,802**	1,000
	Sig. (bilateral)	,005	.
	N	10	10

Decisión estadística: Debido a que se obtuvo un p-valor de 0,005, el cual es menor a 0.05 (nivel de significancia), se concluye que sí existe relación entre la dimensión supervisión y la variable regulación de servicio de los restaurantes; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Asimismo, se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman = 0,802, el cual indica que existe correlación positiva considerable; por lo cual se puede afirmar que existe correlación positiva considerable entre la supervisión que brinda la DIRCETUR y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca.

H3: Existe relación positiva entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

H0: No existe relación entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

Tabla 18
Correlación entre la categorización y la regulación del servicio de los restaurantes

			Categorización	Servicio de los restaurantes
Rho de Spearman	Categorización	Coeficiente de correlación	1,000	,655*
		Sig. (bilateral)		,040
		N	10	10
	Características del servicio	Coeficiente de correlación	,655*	1,000
		Sig. (bilateral)	,040	
		N	10	10

Decisión estadística: Debido a que se obtuvo un p-valor de 0,040, el cual es menor a 0.05 (nivel de significancia), se concluye que sí existe relación; por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que existe relación positiva entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes.

Además, se obtuvo un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,655, lo cual indica que la correlación es positiva media; por lo tanto, se puede afirmar que existe correlación positiva media entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019.

CAPÍTULO VI

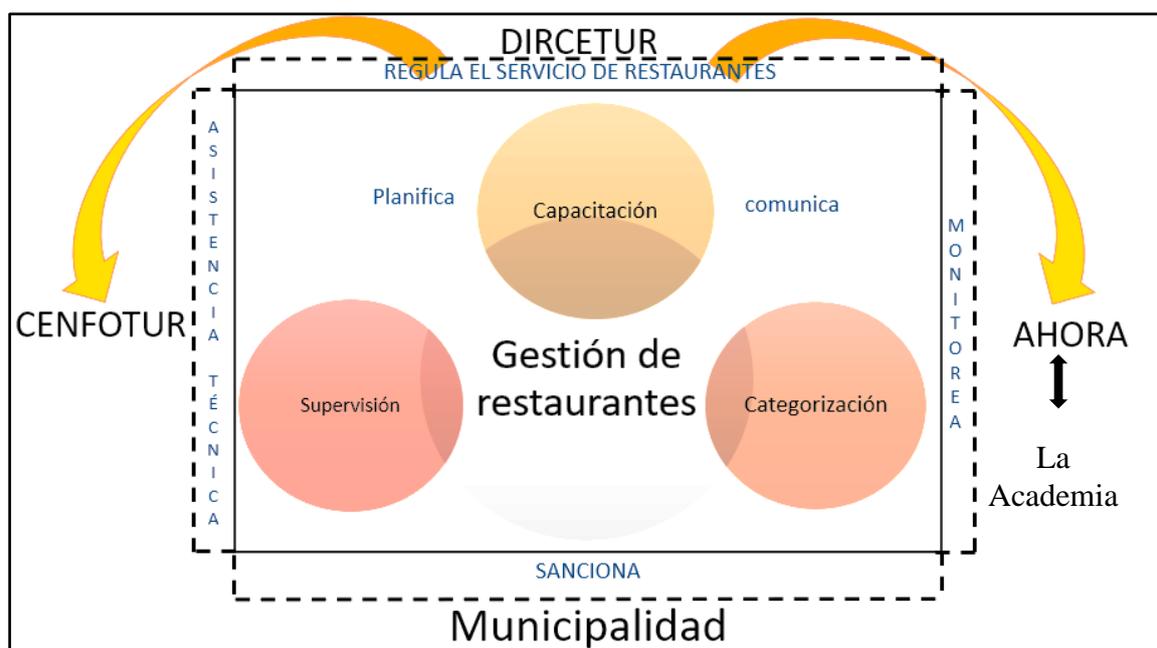
PROPUESTA: MODELO DE GESTIÓN PARA LA REGULACIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURANTES

El presente modelo de gestión tiene como objetivo planificar y gestionar de manera efectiva las acciones de la DIRCETUR en relación a la regulación de restaurantes; de modo que, las funciones de capacitar, supervisar y categorizar que actualmente desarrolla la mencionada entidad, sean más efectivas.

Cabe señalar que, el sector gastronómico cobra gran relevancia en la economía local y sobre todo en la actividad turística debido a su potencial de enriquecer la experiencia del visitante y crear una conexión directa con la región, su gente, cultura y patrimonio. La gastronomía es uno de los sectores más apreciados, las estadísticas refieren que más de un tercio del gasto de los turistas se destina a la alimentación, según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2023).

En este contexto, al haberse determinado que el servicio de los restaurantes ubicados en el centro histórico de Cajamarca oscila entre regular y bueno; y, además, que la labor de capacitación, supervisión y categorización que ejerce la DIRCETUR presenta ciertas falencias, es que se propone el presente modelo de gestión.

Figura 4
Modelo de gestión propuesto



El presente modelo contempla dos aspectos: por un lado, las relaciones o alianzas estratégicas de la DIRCETUR con otras organizaciones, y las acciones estratégicas para efectivizar las funciones: supervisión, categorización y capacitación.

6.1. Relaciones estratégicas

Las relaciones estratégicas están referidas a las alianzas estratégicas entre la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo con otros organismos, a fin de que sus funciones sean más efectivas. Por lo cual se considera que las óptimas relaciones son las siguientes:

A. DIRCETUR- CENFOTUR

Esta relación implica una alianza estratégica entre la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) y el Centro de Formación en Turismo (CENFOTUR), cuyas acciones estratégicas deben ser las siguientes:

- Realizar un diagnóstico situacional del servicio de restaurantes considerando las competencias profesionales del personal de cocina y de atención al cliente, las instalaciones, maquinaria, equipos, y enseres, y la atención al cliente; además recoger las necesidades de asistencia técnica que se requieran en los restaurantes, mediante un análisis FODA.
- Determinar los talleres de asistencia técnica que requieren en los restaurantes, lo cual se obtendrá a partir del análisis FODA, luego programar los talleres considerando la duración (número de sesiones) de cada taller, además de diseñar el material impreso para cada uno de los cursos planificados.
- Comunicar a los empresarios respecto de los talleres a realizarse, cursando la información detallada (duración y temas a tratar) de cada taller mediante correo, WhatsApp, y oficio múltiple a cada uno de los restaurantes registrados en la base de datos de la DIRCETUR.
- Crear un grupo de WhatsApp con los participantes de las capacitaciones, de modo que se pueda enviar recordatorios sobre los talleres a realizarse.
- Posterior a la realización de talleres se debe monitorear la aplicación práctica de lo aprendido.

B. DIRCETUR-AHORA- La Academia

Esta relación implica una alianza estratégica entre la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), la Asociación de hoteles, restaurantes y afines (AHORA)⁶ y La Academia⁷ (estudiantes y docentes de la

⁶ AHORA: Es el gremio más importante y representativo de los hoteles, restaurantes y afines con mejor categoría de servicio, además del fortalecimiento en conjunto para gestionar servicios corporativos, eventos trascendentales y la participación colaborativa entre sus integrantes.

⁷ Academia: Es un espacio que sirve para gestionar y difundir el conocimiento, creando espacios de interacción (físicos y/o virtuales).

E.A.P. Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Cajamarca, y representantes de institutos que imparten la carrera de cocina). Cuyas acciones estratégicas deben ser las siguientes:

- Realizar reuniones entre la DIRCETUR y AHORA, con el fin de establecer acciones estratégicas para mejorar el servicio del sector gastronómico y establecer acuerdos que permitan el monitoreo del cumplimiento de lineamientos básicos de calidad y que se ponga en práctica lo impartido en las capacitaciones brindadas por DIRCETUR, así como establecer sanciones ante incumplimientos, que sean dictaminadas por AHORA.
- DIRCETUR debe coordinar con la Academia la realización de trabajos aplicados; es decir, que los alumnos desarrollen investigaciones aplicadas de corto plazo en los restaurantes, acompañando al personal en el mejoramiento de diversos procesos, tales como: aplicación de 5'S en almacén, implementación de Kardex, control de mermas y porcionamiento de carnes y otros alimentos, identificación de puntos críticos en la recepción y almacén de alimentos, uniformización de *speech* y protocolo de atención al cliente, renovación de carta, determinación de costos de menú, e implementación de reuniones semanales que contribuyan a mejorar el clima laboral que repercutirá en la atención al cliente.

C. DIRCETUR-MPC

Esta relación implica una alianza estratégica entre la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) y la Municipalidad Provincial de Cajamarca (MPC), cuyas acciones estratégicas deben ser las siguientes:

- Establecer lineamientos para realizar un trabajo articulado con el área de bromatología y fiscalización de la municipalidad, a fin de que las sanciones por incumplimiento sean efectivas.
- Planificar visitas inopinadas a los diversos restaurantes.
- Hacer seguimiento a los restaurantes sancionados, a fin de brindarles asistencia técnica respecto a los lineamientos que deben cumplir para operar de manera efectiva.

6.2. Funciones de la DIRCETUR

En este apartado se plantea cómo deben realizarse las funciones de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, en cuanto a capacitación, fiscalización y categorización, considerando las siguientes acciones:

A. Capacitación

- Planificar las capacitaciones en reuniones con los representantes de restaurantes, a fin de que se determine las necesidades en cuanto a asistencia técnica que requieren con mayor incidencia.
- Crear un mecanismo en acuerdo con AHORA que permita exigir que el 20% del personal de restaurantes cuente con capacitación certificada.
- Fomentar mecanismos de cooperación, comunicación y colaboración público-público, público-privada e intersectorial entre los empresarios de restaurantes.
- Fomentar continuamente la participación en capacitaciones mediante la socialización de las ventajas en relación a calidad que logran en los restaurantes que participan en las capacitaciones.

- Promover premios y reconocimientos a los restaurantes cuyo personal participa de manera activa en los diferentes talleres que organiza la DIRCETUR.
- Definir herramientas e indicadores que midan el impacto de las capacitaciones en la calidad del servicio que se presta en los restaurantes.

B. Supervisión

- Coordinar con el área de bromatología y fiscalización de la Municipalidad Provincial de Cajamarca visitas de supervisión inopinadas a los restaurantes.
- Verificar que en los restaurantes realicen sus procesos operativos con total salubridad
- Verificar las condiciones y efectiva prestación del servicio.
- Verificar que se usen ingredientes en buen estado de conservación.
- Verificar Los platos deberán ser elaborados con los ingredientes que se indican en la Carta o Menú. Cuando algún ingrediente sea diferente se deberá contar obligatoriamente con la aceptación previa del cliente.
- Hacer seguimiento a los restaurantes que sean sancionados.

C. Categorización

- Programar reuniones con los dueños o administradores de restaurantes, para exponer los lineamientos y requisitos necesarios para obtener el certificado de categoría de restaurante.
- Socializar con los dueños de los restaurantes que anteriormente contaron con categorización y brindarles facilidades para renovar su categoría.
- Implementar un sistema de reconocimiento para los restaurantes que cuentan con categorización.

- Promocionar por las redes sociales y en la página web del DIRCETUR a los restaurantes que cuentan con categorización, modo que sirva como marketing y le permite lograr más clientes.

CONCLUSIONES

1. Se determinó que existe correlación positiva considerable entre la gestión de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019, al haberse obtenido un Rho de Spearman = 0,761.
2. Existe correlación positiva considerable entre las capacitaciones brindadas por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019, al haberse obtenido un Rho de Spearman = 0,826.
3. Existe correlación positiva considerable entre la supervisión realizada por la Dirección de Comercio Exterior se relaciona positivamente y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019; al haberse obtenido un Rho de Spearman = 0,802.
4. Existe correlación positiva media entre la categorización de restaurantes y la regulación del servicio de los restaurantes del centro histórico de Cajamarca en el año 2019; al haberse obtenido un Rho de Spearman = 0,655.

RECOMENDACIONES

1. Al personal del área de restaurantes de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, que implemente un área legal, a fin de que pueda sancionar las acciones que atentan contra la calidad en la prestación de servicios, de acuerdo a lo estipulado en el Art. 15 del Decreto Supremo N°006-2018-MINCETUR, con el fin de asegurar la calidad del servicio de los restaurantes.
2. Al personal del área de restaurantes de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, que aplique estrategias para concientizar a los dueños de restaurantes respecto a la importancia de obtener la categorización y de participar en las capacitaciones con el fin de implementar buenas prácticas de gestión en sus establecimientos.
3. Al personal del área de restaurantes de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, que socialice con los dueños o administradores de restaurantes los lineamientos básicos de calidad, con el fin de que estos tengan claro los estándares con los que debe contar un restaurante para brindar un buen servicio y satisfacer a sus clientes.
4. A los dueños o administradores de restaurantes, que implementen los lineamientos de calidad estipulados en el Manual de Buenas Prácticas para la Atención al cliente del MINCETUR, a fin de mejorar continuamente sus procesos y la calidad de su servicio.

REFERENCIAS

- Acosta, F. (2016). *Desarrollo de una Propuesta de Modelo De Gestión de Calidad de Servicio en un Estudio de Caso de Un Restaurante Del Sector Turístico de la Ciudad de Quito DM*. [Tesis de Maestría, Universidad Católica de Ecuador]. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12563/TESIS%20VLADIMIR%20ACOSTA%202016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Alva, C. (2011). Gestión Pública. *Revista de la Red de Expertos Iberoamericanos en Gestión Pública*(8), 15-38. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/>.
- Arana, P., Arbocco, M., Macedo, C., & Villar, R. (2015). *Calidad en restaurantes clasificados por tenedores según reglamento de restaurantes en Perú, 2014*. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12118>.
- Arellano, D., & Cabrero, E. (2005). La Nueva Gestión Pública y su teoría de la organización: ¿son argumentos antiliberales? Justicia y equidad en el debate organizacional público. *Gestión y Política Pública*, XIV(3), 599-618. http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.XIV_NoIII_2d/osem/06ARELLANO.pdf.
- Cultur. (2017). *Plan Nacional de Calidad Turística*. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo: https://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4341/Plan_Nacional_calidad_turistica_Peru_CALTUR_2017_2025_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo. (2008). <https://clad.org/wp-content/uploads/2020/07/Carta-Iberoamericana-de-Calidad-en-la-Gestion-Publica-06-2008.pdf>). *Carta Iberoamericana de Calidad en la Gestión Pública*.
- Chiara, M., & Di Virgilio, M. (2017). *La Gestión de la Política Social: Conceptos y Herramientas*. UNGS.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (7ma Ed. ed.). McGraw Hill.
- Decreto Supremo N°025-2004-Mincetur. (2004). *Reglamento de Restaurantes*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/restadores_servicios_turisticos/REGLRESTAURANT_2004.pdf.

- Delado. (29 de Noviembre de 2019). Obtenido de <https://delado.com.ec/2019/11/29/los-restaurantes-su-historia/#:~:text=El%20t%C3%A9rmino%20E2%80%9Crestaurante%E2%80%9D%20es%20de,tabernas%20y%20casas%20de%20comida>.
- Dircetur. (1 de enero de 2011). *Reglamento de Organización y Funciones*. Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Cajamarca. https://www.regioncajamarca.gob.pe/media/portal/KJDIG/documento/774/ROF_DIRCETUR_20041.pdf?r=1570218458. Obtenido de Dirección de turismo.
- Enríquez, J. (2013). *El servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra. estrategias de desarrollo de servicios*. [Tesis de maestría, Universidad Técnica del Norte]. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1148>.
- Esan. (31 de marzo de 2016). Obtenido de El servicio turístico: la marca, el diseño, las garantías y el servicio posventa: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/03/servicio-turistico-la-marca-diseno-garantias-servicio-posventa/>
- Esan. (23 de marzo de 2016). ¿Por qué es necesario regular los servicios públicos?. <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/03/por-que-es-necesario-regular-los-servicios-publicos-1/>.
- Escalante, C., López, N., & Bardales, V. (2018). *La gestión y desarrollo turístico de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Ucayali, 2017*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Ucayali]. <http://repositorio.unu.edu.pe/handle/UNU/3829>.
- Fernández, Y., & Vigo, G. (18 de marzo de 2019). Diagnóstico de la calidad de servicio en restaurantes en la ciudad de Cajamarca. *Revista Perspectiva*, 1-66. http://mail.upagu.edu.pe/files_ojs/journals/27/articles/622/submission/622-133-2231-1-2-20190624.pdf.
- Flores, E., Miranda, M., & Villasís, M. (2017). El protocolo de investigación VI: cómo elegir la prueba estadística adecuada. *Estadística inferencial. Rev Alerg Mex.*, 64(3), 364-370. <https://doi.org/https://doi.org/10.29262/ram.v64i3.304>
- González, F., & Miralbell, O. (2010). *Gestión pública del turismo*. <http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/28743/chap2.xhtml?160589792588> 1. Editorial UOC.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta Ed. ed.). McGRAW HILL.
- IDEA, I. p. (2009). *Estado y Gestión Pública*. Noruega.

- León, B. (2007). La nueva gestión pública y el estilo personal de gobernar. <http://www.scielo.org.mx/pdf/soc/v22n65/2007-8358-soc-22-65-253.pdf>. *Sociológica*, 22(65), 253-263.
- Marrero, F. (noviembre de 2016). *Glosario de términos hoteleros y turísticos*. <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>.
- Mincetur. (2004). *Decreto Supremo N° 025-2004-Mincetur*. Obtenido de Reglamento de Restaurantes: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/REGLRESTAURANT_2004.pdf
- Mincetur. (2013). *Manual Buenas Prácticas para la atención de clientes dirigido al personal de contacto*. Biblioteca Nacional del Perú. Obtenido de Plan Nacional de Calidad Turística del Perú: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/06_mbp_apcontacto/MBP_atencion_clientes_personal_contacto.pdf
- Molina, S. (2007). *Turismo: Metodología para su planificación*. Trillas.
- Monroy, M., & Urcádiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación Administrativa*, 48(123), 1-21. <http://www.scielo.org.mx/pdf/ia/v48n123/2448-7678-ia-48-123-00006.pdf>.
- Nanclares, J. (2001). *Marketing y planificación para restaurantes*. Paraninfo.
- Naranjo, M., Pelegrín, A., Marín, L., Pelegrín, N., Pelegrín, L., & López, Y. (abril de 2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 16-25. <https://doi.org/10.33936/recus.v4i1.1749>
- Núñez, A. M. (2018). *Impacto de la gestión del DIRCETUR, en la actividad turística de la ciudad de Chachapoyas, región Amazonas del 2010 al 2015*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas]. <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1381/Ana%20Maria%20Nu%C3%B1ez%20Carri%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Obtenido de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1381/Ana%20Maria%20Nu%C3%B1ez%20Carri%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ortún, V. (1995). Gestión Pública: Conceptos y Métodos. *Revista Asturiana de Economía*(4), 179-193. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3869799>.

- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*. Trillas.
- Parra, C., Vasallo, Y., Galarza, I., & Pérez, A. (2018). *Apuntes sobre la gestión de los servicios y sus particularidades en la restauración turística*. UTN Ibarra.
- PCM. (mayo de 2013). *Presidencia del Consejo de Ministros*. https://www.google.com/search?rlz=1C1CHBD_esPE907PE907&sxsrf=ALeKk01ilNjJlAsrS7w8ujOpJrXJEgCDGQ%3A1605904611065&ei=4yi4X4W2A6mw_QbV55X4Cg&q=es+aquella+que+se+encuentra+orientada+hacia+la+eficaz+administraci%C3%B3n+de+.
- Perry, J. (1998). *La teoría de la gestión pública: ¿qué es? ¿qué debería ser?*. https://issuu.com/hernandezcortez/docs/la_teor__a_de_la_gesti__n_p__blica.
- Ramírez, C. (2002). *Calidad total en las empresas turísticas*. Trillas.
- Sánchez, G., Erazo, A., Casariego, M., & Encinas, M. (2015). *Calidad del Sector de Restaurantes en Lima Metropolitana*. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8827>.
- Sánchez, I. (2016). *Gestión de municipios turísticos como alternativa para el desarrollo del turismo sostenible en la Provincia de Puno - 2016*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional del Altiplano]. <http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6314/EPG902-00902-01.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Secretaría de Gestión Pública. (8 de enero de 2013). *Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2021*. <https://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2017/04/PNMGP.pdf>.
- Silva, M. (22 de mayo de 2015). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. <https://www.mincetur.gob.pe/personal-de-restaurantes-y-hoteles-de-20-regiones-sera-capacitado-en-buenas-practicas-de-manipulacion-de-alimentos-por-cenfotur/>.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de marketing* (13ava Ed. ed.). McGRAW-HILL.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio* (1° Ed. ed.). Liderazgo 21.
- Uvalle, R. (1995). Liberalismo, Estado y administración pública. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 40 (161), 31-48. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.1995.161.49742>

Yumbato, W. (2016). *Establecer alianzas estratégicas entre gobierno y la empresa privada como alternativa de desarrollo para el turismo en la provincia de Cajamarca*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Cajamarca]. <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/1248/ESTABLECER%20ALIANZAS%20ESTRATEGICAS%20ENTR>.

Zambrano, A. (2008). Teoría para mejorar la gestión pública. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 9(22), 132-149. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170118859008>.

APÉNDICES

Apéndice N° 01: Guía de entrevista a personal encargado del rubro de restaurantes de la DIRCETUR

1. ¿Cuántos restaurantes del centro histórico están categorizados o están en proceso de categorización?
2. ¿Cuántos restaurantes del centro histórico cuentan con el sello CALTUR?
3. ¿Qué acciones han realizado para promover la mejora del servicio de los restaurantes?
4. ¿Qué acciones han realizado para promover la categorización de restaurantes?
5. ¿Han hecho convenios interinstitucionales para promover capacitaciones, charlas o talleres para mejorar el servicio de los restaurantes?
6. Durante el presente año, ¿en qué temas han brindado capacitaciones para el rubro de restaurantes?
7. ¿Los empresarios del centro histórico han recibido capacitación respecto a la categorización de restaurantes y el sistema de aplicación de buenas prácticas?
8. ¿Cuál es el promedio de participación de los empresarios en las capacitaciones, charlas u otras actividades que promueve la DIRCETUR?
9. ¿Considera que las acciones que han venido realizando han contribuido a que en los restaurantes se brinde un mejor servicio?
10. ¿Qué acciones considera que deberían implementarse en el rubro de restaurantes para que se brinde un servicio de calidad?
11. ¿Qué acciones tienen previsto implementar para mejorar la gestión en el rubro de restaurantes?
12. ¿Cuáles han sido las principales limitantes para que la gestión en el rubro de restaurantes sea más eficiente?
13. ¿Con cuánta frecuencia realizan supervisiones a los restaurantes?
14. ¿Cuál es la actitud de los empresarios respecto a las acciones que realiza la DIRCETUR?

Apéndice N° 02: Cuestionario dirigido a empresarios de restaurantes

I. DATOS GENERALES

1.1. Grado de instrucción

- Primaria Superior técnica
Secundaria Superior universitaria
Especialidad.....

II.- DE LA GESTIÓN DE LA DIRCETUR

1. ¿Ha recibido invitaciones a reuniones, charlas y/o capacitaciones realizadas por la DIRCETUR?

Sí No

2. ¿El personal del restaurante ha asistido a las reuniones, charlas y/o capacitaciones realizadas por la DIRCETUR?

Sí No

3. En qué capacitaciones realizadas por la DIRCETUR ha participado usted o su personal:

- Atención al cliente
Buenas prácticas de manipulación de alimentos
Gestión de servicio
Control de almacén y Kardex

4. ¿Cómo califica las capacitaciones brindadas por la DIRCETUR?

- Buena
Regular
Mala

5. ¿Cuál cree que fue el impacto de las capacitaciones para su restaurante?

- Mejorar los procesos en el área de cocina
Mejorar la atención al cliente
Gestión de servicio

6. ¿Sabe qué entidad es la que supervisa el rubro de restaurantes en Cajamarca?

- Municipalidad Provincial de Cajamarca
Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

7. ¿Cuántas veces durante este año ha sido supervisado este establecimiento por parte de la DIRCETUR?

- Una vez
Varias veces
Nunca

8. ¿Qué acciones considera que debería implementar la DIRCETUR juntamente con las actividades de supervisión?

- Informar respecto a los nuevos lineamientos que se aprueban en el rubro de restaurantes.
Monitorear que se aplique lo enseñado en las capacitaciones

9. ¿DIRCETUR ha informado sobre los requisitos necesarios para la categorización de restaurantes?

Sí

No

10. ¿Su restaurante cuenta con el Sello CALTUR?

Sí

No

11. ¿El restaurante cuenta con alguna categoría (1, 2, 3, 4 o 5 tenedores)?

Sí

No

III.- DEL RESTAURANTE

12. ¿El personal de cocina aplica buenas prácticas de manipulación de alimentos?

Sí

No

No sé

13. ¿El personal de atención al cliente cuenta con capacitación certificada?

Sí

No

No sé

14. ¿Qué estrategias aplican para el manejo de quejas y reclamos?

Registrarlas en el libro de reclamaciones

El personal de atención al cliente debe solucionarlas

Se le da la razón al cliente y no se le cobra lo consumido

Ninguna

15. Su establecimiento cuenta con documentos como:

Kárdex y/o inventarios

Boletas/ facturas/ tickets y/o comandas

Reglamento interno de trabajo (RIT)

Manual de organización y funciones (MOF)

16. ¿Con qué frecuencia se realizan capacitaciones y/o reuniones con el personal?

Mensualmente

Quincenalmente

Semanalmente

No se realiza

17. ¿Cuándo fue la última vez que usted o su personal recibió capacitación?

Hace un mes

Hace más de dos meses

Hace un año

No han recibido capacitación

Apéndice N° 03: Ficha de observación

Nombre comercial			
Dirección:			
Dimensión: Instalaciones del restaurante	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
Pisos, paredes y vidrios en buen estado de conservación e higiene			
La cocina tiene conexión directa con el salón			
La Iluminación es adecuada			
Las mesas están distribuidas adecuadamente			
la mantelería está en buenas condiciones, limpia y acorde a la decoración del salón			
Cubertería, vajilla y cristalería conservada y en buenas condiciones			
El salón cuenta con estaciones de servicio			
Los servicios higiénicos están aseados y en buen estado de conservación			
Cuenta con servicios higiénicos para damas y varones de forma independiente			
Dimensión: Personal de servicio	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
El personal está uniformado y aseado			
El personal saluda, es amable, presenta el menú de forma clara.			
El personal está distribuido adecuadamente para atender oportunamente			
El personal conoce los productos y la descripción de los mismos			
Conoce y realiza el protocolo de servicio adecuadamente			
El personal es proactivo, está atento a las solicitudes del cliente y da respuesta oportuna			
Dimensión: Servido del menú	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo
La carta es variada y clara			
Se toma el pedido oportunamente			
el menú se sirve oportunamente			
El menú servido coincide con las características detalladas en la carta			

Apéndice N° 04: Consolidado de la entrevista en DIRCETUR

Preguntas	Respuesta
¿Cuántos restaurantes del centro histórico están categorizados o están en proceso de categorización?	Ninguno. Los restaurantes como Salas y el Zarco anteriormente tenían categoría, pero no la han renovado el Certificado de categorización, el cual tiene una vigencia de cinco años renovables.
¿Cuántos restaurantes del centro histórico cuentan con el sello CALTUR?	A la fecha, ninguno.
¿Qué acciones han realizado para promover la mejora del servicio de los restaurantes?	Organizar y brindar capacitaciones para el área de cocina y el área de atención al cliente. A dichas capacitaciones se les invitó verbalmente a los dueños o administradores de los restaurantes, además se les comunicó a través de medios electrónicos (correo).
¿Qué acciones han realizado para promover la categorización de restaurantes?	Básicamente, informar a los dueños o administradores de los restaurantes sobre el proceso que deben realizar, el pago y documentos requeridos para solicitar la categorización.
¿Han hecho convenios interinstitucionales para promover capacitaciones, charlas o talleres para mejorar el servicio de los restaurantes?	Sí, se tiene un convenio con el CENFOTUR, dicha institución provee el personal profesional para brindar las diversas capacitaciones que se organizan en el rubro gastronómico, las cuales están enmarcadas en los lineamientos de calidad turística del CALTUR, con el fin de lograr servicios de calidad.
Durante el año 2019, ¿en qué temas brindaron capacitaciones para el rubro de restaurantes?	Se realizaron capacitaciones en Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos (BPM); atención al cliente de restaurantes; gestión de inocuidad en restaurantes y afines; y Kardex y almacenes, estos estuvieron dirigidos a mozos y azafatas y al personal de cocina, además de los dueños o administradores de los restaurantes. Estas capacitaciones duraron en promedio 10 sesiones, y a quienes asistieron a todas las sesiones se les emitió certificado, a fin de aportar con el desarrollo de las competencias y profesionalización de los colaboradores de los restaurantes.
¿Los empresarios del centro histórico han recibido capacitación respecto a la categorización de restaurantes y el sistema de aplicación de buenas prácticas?	En relación a categorización de restaurantes no se ha brindado capacitación, sino que se ha informado a algunos empresarios sobre los trámites respectivos.

	En relación al sistema de aplicación de buenas prácticas, si se brinda capacitación, puesto que cada uno de los talleres se realizaron el marco de buenas prácticas de gestión en establecimientos gastronómicos acorde a lo señalado en el CALTUR.
¿Cuál es el promedio de participación de los empresarios en las capacitaciones, charlas u otras actividades que promueve la DIRCETUR?	De total de invitaciones que se cursan (a todos los establecimientos registrados en DIRCETUR), asiste en promedio un 25%, de estos en su mayoría son trabajadores o dueños de los restaurantes aledaños al centro histórico.
¿Considera que las acciones realizadas contribuyeron a que se brinde un mejor servicio en los restaurantes?	Sí, puesto que mediante la supervisión y capacitaciones que se brinda, tiene como fin fortalecer las competencias técnicas y contar con mano de obra calificada que traiga como resultado calidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos, como es el caso de los restaurantes.
¿Qué acciones considera que deberían implementarse en el rubro de restaurantes para que se brinde un servicio de calidad?	Considero que debería implementarse medidas coactivas, de modo que se pueda sancionar a cuyos establecimientos no asistan a las capacitaciones que se organizan desde la DIRCETUR.
¿Qué acciones tienen previsto implementar para mejorar la gestión en el rubro de restaurantes?	Se tiene previsto diseñar un Plan de Marketing del destino turístico Cajamarca, en conjunto con la academia, los gremios de restaurantes y demás gremios inmersos en la actividad turística, con el fin de diagnosticar la situación, y proponer estrategias para que el rubro gastronómico brinde servicios de calidad.
¿Cuáles han sido las principales limitantes para que la gestión en el rubro de restaurantes sea más eficiente?	Una limitante es que no se cuenta con un área legal, y al implementarse esta área permitiría sancionar a quienes no cumplen los lineamientos básicos de calidad señalados en el reglamento de restaurantes, con lo cual se podría mejorar la gestión en este rubro.
¿Con cuanta frecuencia realizan supervisiones a los restaurantes?	2 o 3 veces al año aproximadamente.
¿Cuál es la actitud de los empresarios respecto a las acciones que realiza la DIRCETUR?	Un tanto apática, de cierta población del empresariado, específicamente en lo referente a capacitaciones, puesto que, a pesar de recibir invitaciones reiteradas, no asisten; los asistentes en los diversos talleres son los mismos (en su mayoría, de los restaurantes del centro histórico).