



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“PLAN DE FORTALECIMIENTO EN LA CALIDAD
DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS
RESTAURANTES DEL CANTÓN LA LIBERTAD,
PROVINCIA DE SANTA ELENA AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: TNLGO ABEL AQUILES BARROS GÓMEZ.

TUTORA: ING JESSICA SORAYA LINZÁN RODRIGUEZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“PLAN DE FORTALECIMIENTO EN LA CALIDAD
DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS
EN LOS RESTAURANTES DEL
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE TURISMO

AUTOR: TNLGO ABEL AQUILES BARROS GÓMEZ

TUTORA: ING. JESSICA SORAYA LINZÁN RODRIGUEZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2015

La Libertad, 10 de Diciembre del 2.014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “PLAN DE FORTALECIMIENTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014“ elaborado por el Sr. Abel Aquiles Barros Gómez, egresado de la Escuela de Hotelería y Turismo, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Turismo, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, lo apruebo en todas sus partes.

Atentamente

Ing. Jessica Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

El siguiente trabajo es dedicado primero a Dios, a mis padres, hermanos, esposa e hijos y a todas las personas que estuvieron pendientes de mi situación, y que han sido parte de este proceso como una gran ayuda para que se lleve a cabo esta labor. El apoyo dado como un granito aliento en el día a día era mi fuerza y mi respaldo de seguridad para avanzar y saber que siempre podre contar con ellos en los momentos más difíciles de mi vida.

Abel Barros Gómez

AGRADECIMIENTO

Gracias Dios porque esto es tuyo, se hizo tu voluntad y no la mía, tu eres el creador de los cielos y la tierra de mi vida y mi alma, dando esperanza y cumplimiento a todos mis sueños.

A la profesora Soraya Linzán que Dios la puso en el lugar y en el tiempo preciso de él, proporcionando granitos de arena de conocimiento y el empuje para seguir desarrollando mi tesis.

A las autoridades de la Dirección Provincial de Turismo por la colaboración que me dieron al momento de realizar este proyecto.

Abel Barros Gómez

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. José Villao Viteri, MSc
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Lcdo. Efrén Mendoza Tarabó, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA
HOTELERÍA Y TURISMO

Ing. Jessica S. Linzán Rodríguez, MSc. Lcda. Tannia Aguirre Suárez, MSc.
PROFESOR-TUTOR PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO
CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**“PLAN DE FORTALECIMIENTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE
ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS RESTAURANTES DEL CANTÓN LA
LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”**

Autor: Abel Barros Gómez

Tutora. Ing. Soraya Linzán, MSc.

RESUMEN

La presente tesis de grado **“Plan de Fortalecimiento, mejoramiento y tecnificación de la Calidad del Servicio que brindan los Restaurantes del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena”** tiene como objetivo un proceso de cambio en el servicio de calidad a todo tipo de turista, que permita un desarrollo socioeconómico y el incremento de turistas al cantón La Libertad. El cantón fue considerado como un atractivo turístico y punto comercial demostrando su potencial a su gente y extraños. Este cambio en la restauración dan la pauta del reconocimiento turístico a nivel local, nacional e internacional, por eso se proponen normas y estándares de calidad para el buen manejo de alimentos y además establecer como parte de requisitos de funcionamiento los programas de gobierno en acondicionar los establecimientos de restauración como la implementación y presentación del local; se puede hablar de la imagen de los establecimientos, de la presentación del personal, las nuevas tecnologías implementadas para el servicio, los cambios realizados en los patios de comidas, todo esto llenaría de interés al turista, dando la interrogante como así hay un cambio y un progreso. Esto llamará la atención al turista que ha venido conociendo la historia del cantón La Libertad; y su evolución esta propuesta es el comienzo de la competitividad local que a través del tiempo se convertirá a nivel nacional para garantizar un turismo de flujo continuo y terminar con la temporada baja; la preparación y conocimiento del personal dará mejor vivir para ellos y expandiéndose hacia la familia y sociedad. La aportación de información rescatada por parte de las diferentes entidades turísticas del cantón La Libertad fueron guiando el camino para buscar las necesidades de un mejor servicio además en los capítulos que conforman esta tesis, se destacaron en el primero la descripción de las necesidades, segundo capítulo la metodología teórica que se aplicó, en el tercer capítulo se emplearon las herramientas para obtener resultados del instrumento de investigación, y el cuarto capítulo está la propuesta de normas y estándares de calidad y programas de campaña para el establecimiento, se dá a conocer la importancia de que se aplique este trabajo para el bien de la comunidad y el turismo del cantón.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN.....	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XI
ÍNDICE DE ESQUEMAS	XII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XV
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XVII
INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
DELIMITACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	4
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA (PROBLEMA)	5
SISTEMATIZACIÓN (PROBLEMAS DERIVADOS).....	5
EVALUACIÓN	6
JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	7
OBJETIVO GENERAL.....	8
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
HIPÓTESIS.....	9
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	9
CAPÍTULO I.....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA	12
1.2. ¿QUE ES UN PLAN?.....	15
1.3. ¿QUE ES CALIDAD?	16
1.3.1. Tipos de calidad.....	17

1.3.2. Calidad en el servicio.....	21
1.3.3. Cliente.....	24
1.3.4. Fidelizar clientes	26
1.3.5. Importancia de la calidad en el servicio al cliente	29
1.3.6. Clases de clientes en restaurantes	30
1.3.7. Atención al cliente	32
1.3.8. Tipos de atención al cliente	33
1.4. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO	34
1.4.1. Qué es desarrollo	36
1.4.2. Plan de Desarrollo Turístico	36
1.4.3. Gestión de calidad.....	37
1.4.4. Gastronomía.....	39
1.5. MARCO LEGAL.....	40
1.5.1. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.....	42
1.5.2. La Ley del Consumidor	43
1.5.3. Reglamento de Buenas Prácticas de Manejo en Alimentos Procesados	46
1.5.4. Aplicación de campaña “Baños Limpios”	51
CAPÍTULO II	54
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	54
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	54
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	55
2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN	58
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	59
2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	60
2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	61
2.7. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	64
CAPÍTULO III.....	65
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	65
3.1. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS RESULTADOS DE ENCUESTAS REALIZADAS A SERVIDORES TURÍSTICOS	65

3.2. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS RESULTADOS DE ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS.....	77
3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTAS A PROPIETARIOS DE RESTAURANTES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.....	86
3.4. ANÁLISIS DE ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DEL CANTÓN LA LIBERTAD RELACIONADOS A LA RESTAURACIÓN.....	92
CAPÍTULO IV.....	100
PLAN DE FORTALECIMIENTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS RESTAURANTES DEL CANTON LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA	100
4.1. PRESENTACIÓN.....	100
4.2. JUSTIFICACIÓN	101
4.3. PLAN DE FORTALECIMIENTO	103
4.4. Análisis Situacional	105
4.4.1. Análisis Interno.....	105
4.4.1.1. La Oferta Turística.....	106
4.4.1.2. Inventario de Restaurantes	107
4.4.2. Análisis Externo.....	109
4.4.2.1. La Demanda Turística.....	109
4.4.2.2. PLAN DE DESARROLLO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO ...	110
4.5. FODA ESTRATÉGICO	110
4.5.1. Análisis Foda de Establecimientos de Restauración del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.....	111
4.6. OBJETIVOS DEL PLAN	114
4.6.1. Objetivo general.....	114
4.6.2. Objetivos específicos	114
4.7. MISIÓN	114
4.8. VISIÓN	114
4.9. VALOR CORPORATIVO.	115
4.10. EL CLIENTE	115
4.11. LA CALIDAD.....	117
4.11.1. La Calidad del Servicio.	117
4.11.2. Atención al Cliente.....	118
4.12. PLAN DE FORTALECIMIENTO EN EL SERVICIO AL CLIENTE. ...	119

4.13. PLAN DE ACCIÓN DE FORTALECIMIENTO A PERSONAL Y PROPIETARIOS DE RESTAURANTES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.....	123
4.14. PLAN DE FORTALECIMIENTO.....	124
4.15. PROGRAMAS Y PROYECTOS.....	127
4.16. PRESUPUESTO DE FORTALECIMIENTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA ATENCION AL CLIENTE, A PROPIETARIOS Y EMPLEADOS DE RESTAURANTES DEL CANTON LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA.	128
CONCLUSIONES	129
RECOMENDACIONES	130
BIBLIOGRAFÍA	131
ANEXOS	134

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Variable independiente.....	10
CUADRO 2 Variable Dependiente.....	11
CUADRO 3 FODA Estratégico.....	113

ÍNDICE DE ESQUEMAS

ESQUEMA # 1 De la Calidad Externa y sus Beneficios.....	19
ESQUEMA # 2 De la Calidad Interna y sus Beneficios.....	21
ESQUEMA # 3 De Componentes de la Calidad de Servicio	23
ESQUEMA # 4 Del Servicio al Cliente para Restaurantes.....	108
ESQUEMA # 5 Análisis FODA	111

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 ¿Qué nivel de estudio tiene usted en conocimiento de servicio al cliente y atención al cliente?	65
TABLA 2 ¿Cuánto le agrada el trabajo que realiza en la atención al cliente?	66
TABLA 3 ¿Sabe Usted de primeros auxilios en caso de algún accidente en el restaurantes?	67
TABLA 4 ¿Qué tanto conoce del turismo local, nacional e internacional en el cantón La Libertad?.....	68
TABLA 5 ¿Cuánto cree Ud. que aporta en el desarrollo del servicio y la atención al cliente en el restaurant?	69
TABLA 6 ¿Conoce Ud. de Seguridad industrial en la cocina?.....	70
TABLA 7 ¿Cuánto usted conoce de una alimentación cruzada en la cocina?.....	71
TABLA 8 ¿Cómo considera la clasificación de desechos y reciclaje de basura en el cantón La Libertad?	72
TABLA 9 ¿Es rentable trabajar en un restaurante que en otro trabajo del cantón?	73
TABLA 10 ¿Las condiciones sanitarias de su restaurant están consideradas cómo?	74
TABLA 11 ¿Cree que hay un buen ambiente de trabajo en los restaurantes del cantón La Libertad?.....	75
TABLA 12 ¿Si se fortalece el servicio y la atención al cliente en los restaurantes del cantón el desarrollo socioeconómico será?.....	76
TABLA 13 ¿Conoce o ha escuchado usted de algún proyecto turístico por parte del sector gubernamental para el turismo local?.....	77
TABLA 14 ¿Qué tanto conoce Ud. de la comida típica o gastronómica del cantón La Libertad?.....	78
TABLA 15 ¿Cree usted que la calidad de servicio al cliente los restaurantes del cantón La Libertad es?	79

TABLA 16 ¿Cree usted que la gente del cantón La Libertad es amable?	80
TABLA 17 ¿La imagen de infraestructura que presentan los restaurantes en la calidad servicio y atención al cliente es?.....	81
TABLA 18 ¿Le gusta algún atractivo turístico del cantón La Libertad?.....	82
TABLA 19 ¿Considera que los restaurantes aportan al desarrollo del turismo del cantón La Libertad?	83
TABLA 20 ¿La recolección de basura en el cantón La Libertad es?.....	84
TABLA 21 ¿Cree usted que hay que fortalecer la calidad de servicio y atención al cliente en el cantón La Libertad?.....	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 ¿Qué nivel de estudio tiene usted en conocimiento de servicio al cliente y atención al cliente?.....	65
GRÁFICO 2 ¿Cuánto le agrada el trabajo que realiza en la atención al cliente?	66
GRÁFICO 3 ¿Sabe Usted de primeros auxilios en caso de algún accidente en el restaurante?.....	67
GRÁFICO 4 ¿Qué tanto conoce del turismo local, nacional e internacional en el cantón La Libertad?.....	68
GRÁFICO 5 ¿Cuánto cree Ud. que aportas en el desarrollo del servicio y la atención al cliente en el restaurant?.....	69
GRÁFICO 6 ¿Conoces Ud. de Seguridad industrial en la cocina?.....	70
GRÁFICO 7 ¿Cuánto usted conoce de una alimentación cruzada en la cocina?.....	71
GRÁFICO 8 ¿Cómo considera la clasificación de desechos y reciclaje de basura en el cantón La Libertad?	72
GRÁFICO 9 ¿Es rentable trabajar en un restaurante que en otro trabajo del cantón?	73
GRÁFICO 10 ¿Las condiciones sanitarias de su restaurant están consideradas cómo?	74
GRÁFICO 11 ¿Cree que hay un buen ambiente de trabajo en los restaurantes?.....	75
GRÁFICO 12 ¿Si se fortalece el servicio y la atención al cliente en los restaurantes del cantón el desarrollo socioeconómico será?.....	76
GRÁFICO 13 ¿Conoce o ha escuchado usted de algún proyecto turístico por parte del sector gubernamental para el turismo local?.....	77
GRÁFICO 14 ¿Qué tanto conoce Ud. de la comida típica o gastronómica del cantón La Libertad?.....	78
GRÁFICO 15 ¿Cree usted que la calidad de servicio al cliente los restaurantes del cantón La Libertad es?	79

GRÁFICO 16 ¿Cree usted que la gente del cantón La Libertad es amable?	80
GRÁFICO 17 La imagen de infraestructura que presenta los restaurantes en la calidad servicio y atención al cliente es	81
GRÁFICO 18 Le gusta algún atractivo turístico del cantón La Libertad	82
GRÁFICO 19 Considera que los restaurantes aportan al desarrollo del turismo del cantón La Libertad	83
GRÁFICO 20 La recolección de basura en el cantón La Libertad es.....	84
GRÁFICO 21 Cree usted que hay que fortalecer la calidad de servicio y atención al cliente en el cantón La Libertad.....	85

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 Aplicación del reglamento de buenas prácticas para alimentos procesados.....	135
ANEXO N° 2 Encuestas y Entrevistas.....	147
ANEXO N° 3 Registro de Restaurantes en el cantón La Libertad.....	151

INTRODUCCIÓN

El tema que se ha desarrollado es la implementación de un plan de fortalecimiento para restaurantes en el cantón La Libertad, este plan no solo incluye capacitación al personal sino la inclusión de normas y estándares de calidad en el servicio para el buen manejo y manipulación de alimentos y de programas establecidos por el gobierno a nivel nacional en implementar y acondicionar los locales para ayudar en el área turística.

Hoy en día se ha realizado la investigación sobre las capacitaciones en atención al cliente que tan solo han sido direccionadas a los empleados o propietarios de los negocios, tratando de recuperar un porcentaje del turismo que con el tiempo fue mermando y convirtiéndose en un punto comercial, donde el desarrollo de la población creó una provincia y donde se han formado jóvenes en el área turística que no tienen cabida.

La propuesta establecida como necesidad en la calidad del servicio y atención al cliente, demuestra la evolución de los negocios, la implementación de la misma y el aporte que brinda en el turismo como un desarrollo socioeconómico local, nacional e internacional. Es la necesidad de brindar un buen servicio y atención al cliente que por años ya es conocida. Tiene su progreso que ha ido desatando una cadena de aspectos para el desarrollo de la comunidad y del turismo como un punto de visitas de turistas y de comerciantes.

Esta propuesta sirve como un punto de competitividad primero entre los empleados o aspirantes al servicio de obtener una buena formación en el área turística, beneficiando a los propietarios el seleccionar al personal idóneo para su negocio en los diferentes espacios, la concientización del aporte que se da al turismo local con un buen servicio y además el incremento del desarrollo socioeconómico que permitirá el progreso de todos los involucrados.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA

Incidencia de la calidad del servicio en el desarrollo socioeconómico en la actividad turística, mediante evaluación al personal y establecimientos de restauración. Propuesta de elaboración de un Plan de Fortalecimiento en los restaurantes del cantón La Libertad

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Qué incide en la calidad del servicio en el desarrollo socio-económico de la actividad turística, en la visita de turistas al cantón La Libertad, provincia de Santa Elena?

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El servicio de alimentos y bebidas (A&B) en el cantón La Libertad, está generando recursos como soporte a la economía en el sector de la gastronomía, convirtiéndose a futuro en uno de los principales soportes para la denominada “Industria de la Hospitalidad”, desde sus inicios existe evidencia de establecimientos y negocios dedicados a la alimentación y restauración como actividad remunerada en la sociedad peninsular.

De ahí entonces que no sea nada raro, que al ir definiéndose la industria del turismo y ocio, el segmento de servicios de A&B haya sido, junto a los de alojamiento, recreación y esparcimiento, uno de los principales componentes de apoyo de la naciente actividad comercial, a tal punto de constituir hoy en día uno de los rubros y segmentos esenciales de la denominada oferta de servicios complementarios esenciales de todo producto, destino o sistema turístico en general.

Todo esto hace suponer la importancia, pese a su carácter secundario - complementario que el servicio de A&B es la oferta turística de un determinado producto. No obstante muchos locales pueden ofertar su producto principal a nivel del denominado turismo gastronómico, excepción a la regla turística que presupone y sanciona que: *“nadie viaja a un lugar solo para dormir o comer”*.

En el caso particular del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, otrora célebre y popular balneario de la punta de Santa Elena que paulatinamente devino en el principal centro comercial de la región, el servicio de A&B es sumamente variado gracias a la dinámica de lo previamente indicado, encontrándose una oferta amplia y diversa que va desde el simple y sencillo servicio ambulante en carretillas, pasando por los kioscos de comidas rápidas, cevicherías, marisquerías, comedor, la fonda popular, restaurante temático y/o de especialidad como los Chifas y el restaurante típico, los restaurantes formales propiamente dichos hasta el restaurante gourmet de ciertos establecimientos hoteleros e instalaciones vacacionales deportivas como Puerto Lucía o el Club Valdivia.

Se puede decir que La Libertad es un cantón muy completo en lo que respecta a los servicios de A&B en todo tipo gastronómico y que puede prestar a los turistas en general un buen servicio, la oferta en la actualidad se ha incrementado con mas negocios que brinda su servicio en la mañana como en las noches que son el resultando de muchos triciclos expendedores de alimentos y bebidas, siendo estos empíricos en el desarrollo del servicio de calidad, en general se ve matizado por una necesidad la calidad administrativa y operativa de la atención al cliente.

Todo esto a llevado en la mayoría de los casos a los propietarios de estos negocios y establecimientos que han instalado el servicio de A&B llevados más por la ganancia aparente que perciben y representativa, sin poseer conocimiento formal alguno de la actividad, se ha despreocupado por contratar y mantener empleados medianamente capacitados para la organización, administración y prestación operativa de este servicio.

En el sector comercial gastronómico del cantón, el servicio de la restauración no es muy competitivo, determinar la imagen del establecimiento es el primer aspecto que debe impactar al turista; pero, los propietarios no invierten en acondicionar su local por otro lado la presencia de los prestadores de servicio y atención al cliente no cumplen en la condiciones en el servicio.

El factor determinante del desarrollo de negocio es considerado por las autoridades de tipo de turismo complementario; dentro de la problemática se pretende solucionar mediante la elaboración de un plan de fortalecimiento a los restaurantes del cantón La Libertad año 2014- 2015.

DELIMITACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.

El cantón La Libertad es reconocida por estar en la península de Santa Elena además por ser un punto de desarrollo económico para muchas personas y compañías que realizan todo tipo de negocio interno y externo, el cantón es un sector muy Bendecido por Dios.

La actividad turística desprende la gastronomía con una variedad de platos típicos, populares, afrodisiacos y de alta gourmet. Su cultura, donde se ha podido ver que solo se promociona al cantón como un punto turístico de relajamiento, recreacional, eco-turístico, de aventura, etc., pero no se menciona su gastronomía como un atractivo sino como un componente complementario del turismo.

Existen muchos lugares que pueden ser conocidos por los turistas pero no tiene un peso sostenible en el turismo este podría ser el caso del cantón La Libertad que posee un sin número de atractivos turísticos pero son conocidos y no son visitados con frecuencia; se ha apreciado que en la temporada.

Los diferentes establecimientos de restauración del cantón La Libertad parte responsable del desarrollo turístico local y nacional, son los que tienen un

contacto directo con el turista al igual que otras actividades de ocio; además, forman parte de un itinerario de actividades de cualquier operadora turística o considerado dentro de un paquete turístico como alimentación, pero al parecer no se están aprovechando las oportunidades de las visitas de turistas donde hay que darle la atención y un buen servicio como se merece; así, como sus instalaciones deben estar en buenas condiciones y prestar al servicio sino que las autoridades y propietarios de los establecimiento están aportando al desarrollo del turismo por lo que el cantón La Libertad puede ser un atractivo turístico con una buena infraestructura del local con buena atención al cliente como acontecen en otros lugares del país.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA (PROBLEMA)

¿Cómo incide la calidad del servicio y la atención al cliente en el desarrollo socioeconómico de la actividad turística en los establecimientos de restauración en el Cantón La Libertad, provincia de Santa Elena año 2014?

SISTEMATIZACIÓN (PROBLEMAS DERIVADOS)

¿Cuál es el nivel de aplicación del personal en la calidad del servicio y atención al cliente en restaurantes?

¿Qué apoyo reciben de las autoridades locales anualmente para el desarrollo turístico local en la restauración?

¿Existen proyectos gubernamentales para el desarrollo turístico del cantón La Libertad?

¿Qué establecimientos de restauración cumplen con las condiciones sanitarias de infraestructura?

EVALUACIÓN

Delimitación:

El cantón La Libertad está ubicada en la península de Santa Elena, provincia del mismo nombre y es una ciudad Ecuatoriana, Con una población de 95.942 habitantes último censo realizado en el 2010, es la ciudad más poblada de Santa Elena. Se ubica en el litoral ecuatoriano, al occidente del país. Forma parte del conglomerado urbano de la puntilla de Santa Elena, junto con Salinas, Santa Elena, José Luis Tamayo y Ballenita. La ciudad es el centro económico de la provincia, y uno de los principales del país, alberga grandes organismos culturales, financieros, administrativos y comerciales.

Claro:

Los aspectos mencionados dan a La Libertad como unas de las ciudades con muchos recursos en todos los aspectos para un buen desarrollo sin depender de nadie tan solo de su progreso que puede realizarse semestralmente o anualmente donde se trabaja con dos temporadas llamadas alta y baja en las que se deben realizar estudio para poder implantar una sola temporada y no allá un altibajo en el desarrollo socioeconómico.

Evidente:

Es evidente que el cantón La Libertad tiene atractivos turísticos que deben ser concretados para tener ser un potencial no solo como ciudad de negocio sino como punto turístico donde se debe aprovechar de los servicios complementarios como es la alimentación, un buen servicio y atención al cliente que ayudaría al aporte de las visitas de turistas local nacional e internacional.

Concreto:

Lo que se quiere es realizar un plan de fortalecimiento a la atención al cliente que aporte al desarrollo socioeconómico de los establecimientos gastronómicos y por ende aumentar la afluencia de turistas de todos los puntos accesible, estableciendo una buena imagen y presencia por parte de los servidores y locales de restauración.

Contextual:

Este plan promueve la participación de los ministerios, cámaras y autoridades locales que son los responsables directos e indirectos del desarrollo turístico, involucrando a instituciones, entidades públicas y privadas con aporte de conocimientos, investigación, experiencia y recursos que contribuyan a mejorar los aspectos del turismo.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

La investigación de tesis que se denuncia y propone es de mucha importancia por cuanto contribuirá a la identificación de falencias y puntos débiles dentro de la actual configuración del segmento turístico de A&B del cantón La Libertad, permitiendo la concepción y orientación de medidas de mitigación, fortalecimiento en aras de la tecnificación y profesionalización de sus componentes más importantes en el área de la restauración.

El estudio es pertinente por cuanto la concepción y orientación de estas medidas de mitigación o fortalecimiento permitirán ir definiendo un modelo apropiado a nivel administrativo - operativo del segmento turístico de A&B del cantón La Libertad, basado en criterios tecnológicos y de capacitación formativa profesionalizada del talento humano que actualmente labora en establecimientos y negocios de este tipo en la localidad.

El tema de investigación es necesario, por cuanto los criterios de calidad - diferenciación se dan a la hora de entrar a competir y posicionarse de un destino, donde es preponderante y determinante el éxito, supervivencia o fracaso de los mismos. De ahí que la instalación, equipamiento, dotación, talento humano, sistemas administrativos - operativos, son obsoletos y de muy bajo nivel técnico, pueden ser un obstáculo en el posicionamiento de un mercado.

El presente estudio propone realizar la elaboración de un plan de fortalecimiento a los restaurantes del cantón La Libertad, donde no implica mayores gastos ni demanda de recursos fuera de los ya existentes y accesibles en el medio.

Además, el área geográfica a ser cubierta, como el número de establecimientos a ser observados es perfectamente manejable en función del tiempo y de los objetivos planteados.

Los resultados a ser obtenidos beneficiarán de manera directa a los propietarios y demás personas que laboran en estos establecimientos de A&B en La Libertad, así como a los turistas, visitantes y moradores que utilizan el servicio. De igual manera se fortalecerá el Sistema Turístico en general, tanto de la localidad como de la región.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Evaluar la calidad de servicio y el desarrollo socioeconómico mediante un análisis al personal y de establecimientos de restauración para la elaboración de un plan de fortalecimiento, en los restaurantes del cantón La Libertad año 2014.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar el nivel de conocimiento del personal de restauración en la atención al cliente mediante encuestas a propietarios e involucrados.
- Determinar la aplicación de normas de higiene mediante encuestas a personal y propietarios.
- Determinar el apoyo gubernamental al turismo local mediante entrevistas.
- Cuantificar las condiciones de infraestructura invertida en establecimientos de restauración.

HIPÓTESIS

La calidad del servicio y atención al cliente en los restaurantes fortalecerá y desarrollará la actividad Socio-económica en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable independiente

La calidad de servicio y atención al cliente.

Variable dependiente

Desarrollo socio-económico en el cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena.

CUADRO 1 Variable independiente

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

HIPOTESIS	VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	INSRUMENTOS
La calidad del servicio y la atención al cliente fortalecerá el desarrollo de la actividad socioeconómica en el cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena	La calidad del servicio y la atención en el cliente	Es un conjunto de actividades interrelacionadas que ofrecen suministros con el fin de que el cliente obtenga el producto	Imagen en el servicio Relación activa con el cliente Condiciones de infraestructura	Capacidad de los empleados Tipos de clientes Inversión en los establecimientos	Como se evalúan a los empleados y cada qué tiempo Conoce cuantos tipos de clientes existen Cada qué tiempo realiza el mantenimiento a su establecimiento	Entrevista Entrevista Encuestas

Fuente: DATOS DE LA INESTIGACION.
Elaborado por: ABEL BARROS G.

CUADRO 2 Variable Dependiente

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

HIPOTESIS	VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTOS	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	INSRUMENTOS
La calidad del servicio y la atención al cliente fortalecerá el desarrollo de la actividad socioeconómica en el cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena	Desarrollo socioeconómico de la actividad turística	El desarrollo es una condición social, en la cual las necesidades auténticas de la población se satisface con el uso racional y sostenible de los recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respecta los aspectos culturales y los derechos humanos. Por lo que en la actualidad se establecen algunas clases de turismo.	Nuevas Leyes Nivel Económico Desechos Los Sectores	Control de permisos Fortalezas y debilidades	¿En qué aspectos las autoridades están ayudando a la restauración? ¿Qué clase de clientes quisiera segmentar? ¿Qué clase de manuales utilizan para alimentos? ¿Conoce proyectos turísticos de las autoridades gubernamentales?	Entrevista Entrevista Encuestas

Fuente: DATOS DE LA INESTIGACION.
Elaborado por: ABEL BARROS G.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA

La temática planteada tiene la finalidad de fortalecer la calidad de servicio en los diferentes establecimientos de restauración, ya que tiene como concepto desde la antigüedad donde el hombre por años creó la atención al cliente por medio de la elaboración de productos y servicios que ayudaron a satisfacer las necesidades de los seres humanos, y esto permitió adoptar el servir al cliente día a día.

El hombre fue creado con un gen de sobrevivencia y responsabilidad que indica la manera de buscar y de satisfacer sus necesidades de él y de su familia como es la alimentación y la hidratación a través de diversos tipos de productos y líquidos que han existido, sin importar la distancia que tenían que movilizarse para encontrar o esperar de los sembríos la cosecha.

Con el tiempo la producción de alimentos fue mayor, que permitió crear mercados donde se podían abastecer de todo tipo de productos o servicios para satisfacer las necesidades de las personas, a medida que incrementaron los mercados también se fue desarrollando la competencia y esto fue por la elaboración de los fabricantes de alimentos que realizaban en mejor calidad para el consumo humano, es decir que desde la antigüedad ya existía los productos, variedad, oferta, demanda y la competitividad por vender tal o cual producto elaborado y servicio que se daba a un cliente.

Pero todo lo que se podía ofrecer eran productos y servicios en aquellos tiempos, vieron que no solo era la calidad del producto que en todos los lugares existían sino que tenía que ver un valor agregado para poder estar un paso delante de la competencia y de la calidad de los productos que se ofrecían y es allí donde nace

la atención al cliente, un nueva característica de un producto o de una empresa o de un productor de alimentos. El autor Humberto Gómez S. (2006) con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

“En la actualidad podemos decir que existen una variedad de instrumentos o métodos que pueden ayudar al desarrollo de aumentar la clientela y mantener a los clientes pegados a la empresa no tan solo por su sazón o la cantidad de sus productos, sino a través de la imagen de la empresa, su acondicionamiento, la imagen de los servidores que contribuyen a la fidelización del cliente”.

Todas las personas han tenido la oportunidad de ser clientes y también han aplicado el conocido, recordando y viejo refrán “El cliente siempre tiene la razón”. Este se utilizó por mucho tiempo en ciertos sectores del comercio, desde un tiempo acá la situación de ofrecer un producto o servicio se transformó en llamar la atención al cliente que tiene la razón y adicional cubrir necesidades como servicio complementario en todos los aspectos, dando como pauta que el cliente ya no tiene la razón sino que se le crea una expectativa del producto o servicio ofertado.

La calidad de un producto o servicio ha ido evolucionando en todos los aspectos, para poder ser ofertado debe pasar y cumplir con las exigencias de pruebas establecidas, tanto así que se han formado organizaciones que vigilan, mejoran y crean normas o estándares para la calidad de dicho producto o aplicaciones de servicio al cliente de las cuales se mencionan a La Organización Internacional de Normalización ISO.

Se puede acotar que en la calidad del servicio y atención al cliente se ha mejorado con la tecnología desde los años 80, que no tan solo se aportaba con una intensa programación de capacitaciones, talleres, seminarios, videos y material de apoyo en los años 70 para el personal de todas las aéreas en contacto con el cliente.

Lo dicho anteriormente es indicador que el desarrollo por la calidad en el servicio es importante para el desarrollo socio económico y viene de la mano con la calidad de un producto ofertado, además como un análisis superficial un producto tiene que ser de alta calidad o reconocido en el mercado o una empresa muy competitiva para que su producto se venda solo y no tenga un acompañamiento de una buena atención de personal e imagen de la empresa.

Las empresas que ofrecen un producto o servicios desde los años 90 hasta la actualidad, pensaron en captar o incrementar más clientes y por ultimo mantenerse agradecidos con ellos por su nobleza en preferir su producto o servicio dándoles obsequios, puntos de bonificaciones, regalos en efectivos, sorteos de viajes o viajes.

Hoy en día se suman mucha más opciones para la venta de un producto o servicio como es la tecnología, ofreciendo al cliente un ambiente distinto al de antes como esperar su pedido viendo en un plasma u otro tipo de televisión mejorado en su calidad observando documentales y deportes de otros países a través del servicio de cable o internet, así como también el servicio de internet a través del wifi para los usuarios, la realización de la factura no es a mano sino por máquina registradora y con un código.

En su forma más simple el concepto de plan se define como la intención y proyecto de hacer algo, ó como proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos. Asimismo se ha definido como un documento en que se constan las cosas que se pretenden hacer y forma en que se piensa llevarlas a cabo. Y también se señala como la Organización y coordinación de las actividades económicas.

1.2. ¿QUE ES UN PLAN?

Los planes son propósitos que se deben cumplir con el objetivo de llegar a las metas, que involucra aspectos como los económicos, capacitaciones, desarrollo, social, plasmado en papeles para constancia que se elaboró y como debe realizarse. El autor Velia Ordaz Zubia (2006), con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

“En su forma más simple el concepto de plan se define como la intención y proyecto de hacer algo, como proyecto que, a partir del conocimiento de las magnitudes de una economía, pretende establecer determinados objetivos. Asimismo se ha definido como un documento en que se constan las cosas que se pretenden hacer y forma en que se piensa llevarlas a cabo. Y también se señala como la Organización y coordinación de las actividades económicas.”

El propósito del plan es la intención o la elaboración de un proyecto para empezar a funcionar o mejorar una situación en un establecimiento que necesita un área específica, es de importancia en la planificación el aspecto económico para desarrollar lo que se quiere realizar a corto o largo plazo cumpliendo las metas establecidas.

El plan debe ser elaborado con personas que conozcan la problemática interna como externa del establecimiento o en las áreas que se piensa mejorar o fortalecer, deben aportar con ideas de magnitud claras y de respuestas o resultados positivos a la situación, la planificación o el plan debe ser apuntado en su orden con los objetivos y estrategias, es de importancia que se escriba como constancia y respaldo en un documento y a la vez, ver cuál es el orden a seguir para cumplir las estrategias ya establecidas.

También en el plan se toma en cuenta la manera de distribución de las actividades, la colaboración de los objetivos para cumplir las metas ya plasmada en el aspecto económico que son parte de las actividades de la empresa, lo financiero debe ser cuidadosamente cumplido con los objetivos.

1.3. ¿QUE ES CALIDAD?

La razón de la calidad es pensar como cliente, es sentir como ellos, es la manera de investigar las necesidades de los consumidores para ofrecer un producto con muchas propiedades que satisfagan todo tipo de ansiedad, dando la oportunidad de mejor calidad en el producto a través del tiempo; el autor Víctor Manuel, (Nava 2005), con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

“La calidad constituye el conjunto de cualidades que representan a una persona o cosa; es un juicio de valores subjetivo que describe cualidades intrínsecas de un elemento; aunque suele decir que es un concepto moderno, el hombre siempre ha tenido un concepto intuitivo de la calidad en razón de la búsqueda y el afán de perfeccionar como constantes del hombre a través de la historia”.

La calidad es un conjunto de aspectos, características, cualidades de un producto o servicio analizado y estudiado para satisfacer las necesidades expresadas por clientes que no han sido atendidas por ninguna otra empresa en el entorno de un mercado o sector. La calidad es un nivel de excelencia se obtiene a través de estándares de producción y de características del producto o servicio, toda empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio supera o iguala las expectativas de los consumidores, los establecimientos de restauración ofrecen un producto de consumo y a la vez con un buen servicio, que complementa el ciclo de la calidad al satisfacer la mayoría de las necesidades de los compradores conocedores de calidad.

Pensar en la calidad para restaurantes del cantón La Libertad es crear un espacio turístico en todos los aspectos, se puede crear un mismo ambiente nacional si comparamos la calidad de los restaurantes o comedores de la región sierra, o pensar mucho más allá coger un modelo internacional de servicio al cliente de calidad, es tiempo de pensar en cambios, mejoramientos, tecnificación y fortalecimiento en la calidad del servicio en todo tipo de establecimiento de alimentos y bebidas del cantón.

La calidad existente en los restaurantes o comedores del cantón aun carecen de fundamentos en todos los aspectos, por ejemplo: imagen de los establecimiento, manejo de alimentos, conocimiento del personal en atención al cliente y muchos puntos más que producen un diferencia entre la calidad de lo que ofrece, sino una simple y muy sencilla atención o servicio al consumidor que es empírico e improviso, lo que se busca es mejor la calidad en todos los aspectos de los negocios, recordando que La Libertad es muy comercial mas no es turística pero se puede transformar en un destino turístico por su imagen y servicio de calidad en los restaurantes y comedores.

1.3.1. Tipos de calidad

Es importante conocer los tipos de calidad en restaurante, porque solo hay dos ambiente donde se desarrolla la calidad del servicio una es adentro de la empresa y la otra es fuera de la empresa en lugar donde se ofrece el producto; El autor Irene Petersen, (2001) ,con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

“Calidad externa, que corresponde a la satisfacción de los clientes. El logro de la calidad externa requiere proporcionar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para establecer lealtad con el cliente y de ese modo mejorar la participación en el mercado. Los beneficiarios de la calidad externa son los clientes y los socios externos de una compañía. Por lo tanto, este tipo de procedimientos requiere escuchar a los clientes y también debe permitir que se consideren las necesidades implícitas que los clientes no expresan”.

“Calidad interna, que corresponde al mejoramiento de la operación interna de una compañía. El propósito de la calidad interna es implementar los medios para permitir la mejor descripción posible de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos. Los beneficiarios de la calidad interna son la administración y los empleados de la compañía. La calidad interna pasa generalmente por una etapa participativa en la que se identifican y formalizan los procesos internos”.

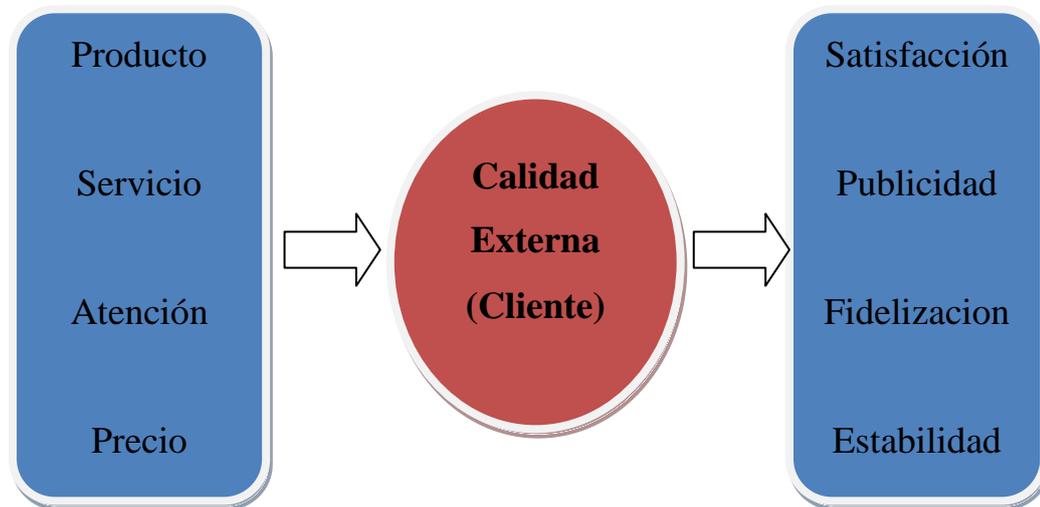
Se puede entender a la calidad externa como las necesidades cumplidas a todos los clientes que visitaron un negocio y que regresaran con la confianza de ser bien atendidos mejor o igual que la vez pasada y esperar que la difusión de un buen servicio se haya realizado por parte de los comensales y aumentar la clientela buscando el desarrollo socioeconómico esperado, la calidad externa ayudará en la ampliación de un mercado nuevo. Si no lo hubiera o tener un espacio donde competir con otros restaurantes, crea un segmentación que garantice la estabilidad a la empresa y sus empleados.

La calidad externa es quien promocionara el buen servicio de calidad dada en los restaurantes del cantón La Libertad que se brinda cumpliendo estándares y normas de calidad ISO para competir con los otros cantones, crear un espacio en el mercado turístico además la calidad externa local tiene que ser fidelizado en toda su magnitud, porque ellos son el sostén económicos en la llamada temporada baja, que poco a poco tiene que desaparecer este tipo de temporada en nuestro cantón con nuevos proyectos de publicidad, promoción, actividades y buena atención.

Todo esto que se brinda a la calidad externa, debe contener patrones de calidad, llevar control de lo que se realiza para el cliente externo, el personal debe ser evaluado para fortalecer o mejorar la atención, mantener la calidad en la infraestructura del local, la implementación de nuevos equipos y realizar los cambios de equipos que ya han cumplido su vida útil. Cada detalle dentro del servicio, producto, atención, precio de producto, promociones, valor agregado, obsequios, etc., tiene que ser de calidad para el cliente, esto para conservar su imagen y prestigio.

Los restaurante del cantón deben pensar ya en cambio en pos del desarrollo como provincia y no mantener o realizar paradigmas que mantienen los negocios en un balance de conformista en su imagen y economía, deben pensar un progreso de compañía, personal, comunal y turístico. Hay muchos cambios que realizar en los establecimientos de La Libertad.

ESQUEMA # 1 De la Calidad Externa y sus Beneficios



Fuente: El autor Irene Petersen, (2001)

Elaborado Por: Barros A. (2.014)

La calidad interna deriva cambios, mejoras, tecnificación, reflexión, procedimientos o actitudes que vayan en pos de la empresa, se habla de modificaciones tanto en la parte del recurso humano como en la implementación de equipos de tecnología que permitan una mejor atención o el equipamiento del negocio con maquinarias industriales, si lo amerita, o artefactos que mejoren el servicio y la calidad del producto hasta el funcionamiento administrativo.

Hablar de la calidad interna, es referirse a los cambio que toda empresa debe realizar para mejorar la calidad o servicio que tarde o temprano debe suceder y si se lo hace a tiempo esto llevara a evitar posibles pérdidas en los aspecto como el recorte de personal, bajos sueldos, poca productividad, poco apoyo al personal en capacitación y otros aspectos que afectan a la calidad por no realizar las correcciones a tiempo.

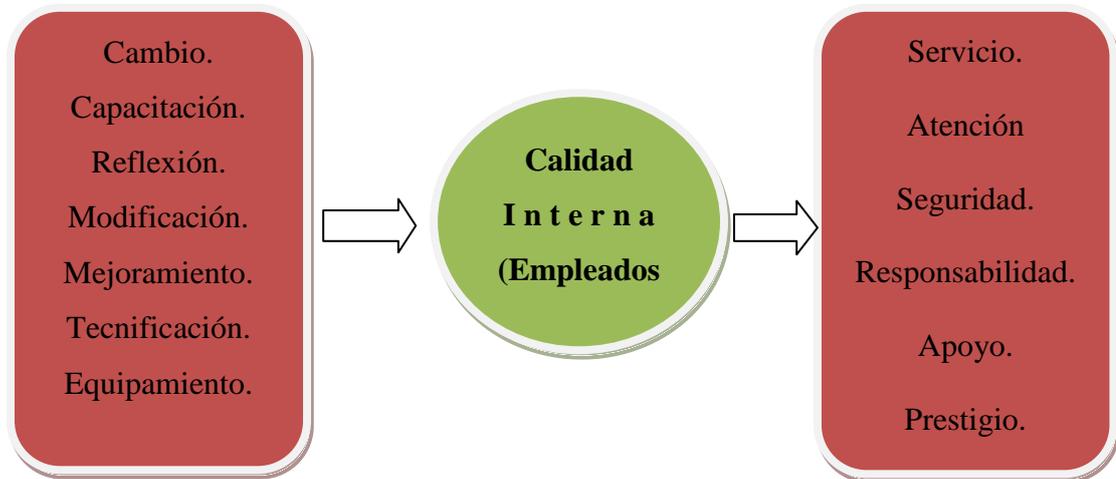
Cada propietario debe manejar una misión y una visión en su negocio, tener una visión empresarial que respalde su compromiso con el personal y que debe ser compartida con su personal para llegar a cumplir metas dentro de la calidad interna, comprometer al personal que su servicio es de mucha importancia y aporta a la empresa, que los instrumentos o equipos también son un aporte a la calidad.

La calidad interna se encuentra dentro de un entorno que debe mantener cambios y mejoramiento cada día, debe haber apoyo mutuo de los procesos o cambios, debe mantenerse o realizar cambios estratégicos para que tengan un soporte en la calidad interna y poder competir o mantenerse dentro del mercado con una calidad interna de excelencia.

El propietario o los propietarios deben manejar un liderazgo y que debe ser compartido con el personal o seleccionar a la persona más idónea para que se cumplan las políticas, estrategias, procesos, que deberán tener como resultados positivos en las personas, los clientes que no visitan, en la sociedad con un desarrollo socioeconómico y en el aspecto turístico.

Se debe tomar en cuenta que todo cambio es para mejorar en todos los aspectos, dirigido al personal como capacitarlo en temas de servicio al cliente, normas de calidad ISO, estándares aplicados al manejo de alimentos, relaciones humanas, principios y valores, además adecuar un espacio tanto para la alimentación del personal, su aseo, donde dejar sus pertenencias, área de recreación y visitas como parte de la calidad interna.

ESQUEMA # 2 De la Calidad Interna y sus Beneficios



Fuente: El autor Irene Petersen, (2001)
ELABORADO POR: Barros A. (2.014)

1.3.2. Calidad en el servicio

Un servicio es un producto de calidad personalizado que contiene habilidad y estrategias que solo lo puede apreciar el cliente y a las vez puede ser juzgado el servicio por el mismo cliente, de allí es que tiene que ser de calidad el servicio por se convierte en hechos tangibles e intangibles, Humberto Gómez Serna (2006) con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

“Un producto es considerado como tangible al cual se le realizó un estudio y que este cumpliera con estándares y normas de calidad llevando a cabo una misión que es satisfacer la necesidad de un cliente que además este producto entraría a ser parte de una competencia en un mercado que puede ser considerado como pequeño mediano o grande y que después de un determinado tiempo este producto entraría un proceso de cambios, renovación, innovación, promoción o termina desapareciendo del mercado además que este producto tiene un valor que representa el desarrollo de una empresa.”

Ahora se puede decir que el servicio es un producto intangible, que debe tener un proceso de estudio y selección del personal que va a realizar esta actividad, o tener el contacto con los clientes, hay que considerar los tipos de clientes que existen y

que conocen de una buena atención o de un buen servicio por parte de la empresa, en ese caso del restaurante.

No solo se maneja un personal calificado con presencia e imagen sino también con una infraestructura de imagen que derive o se apegue al producto que ofrece como temático o a la atención del compromiso con el cliente, tiene que prestar un servicio de limpieza, sanidad, equipamiento, señalética, que facilite más el servicio y el cliente se sienta como en casa, el servicio y al atención van cogido de la mano, en este tiempo donde va creciendo la competencia en todos los aspectos como en el producto o en la imagen del negocio también entrara en un proceso de cambios, renovación o promoción para poder subsistir en el mercado y recordar que el servicio es parte del desarrollo de la empresa.

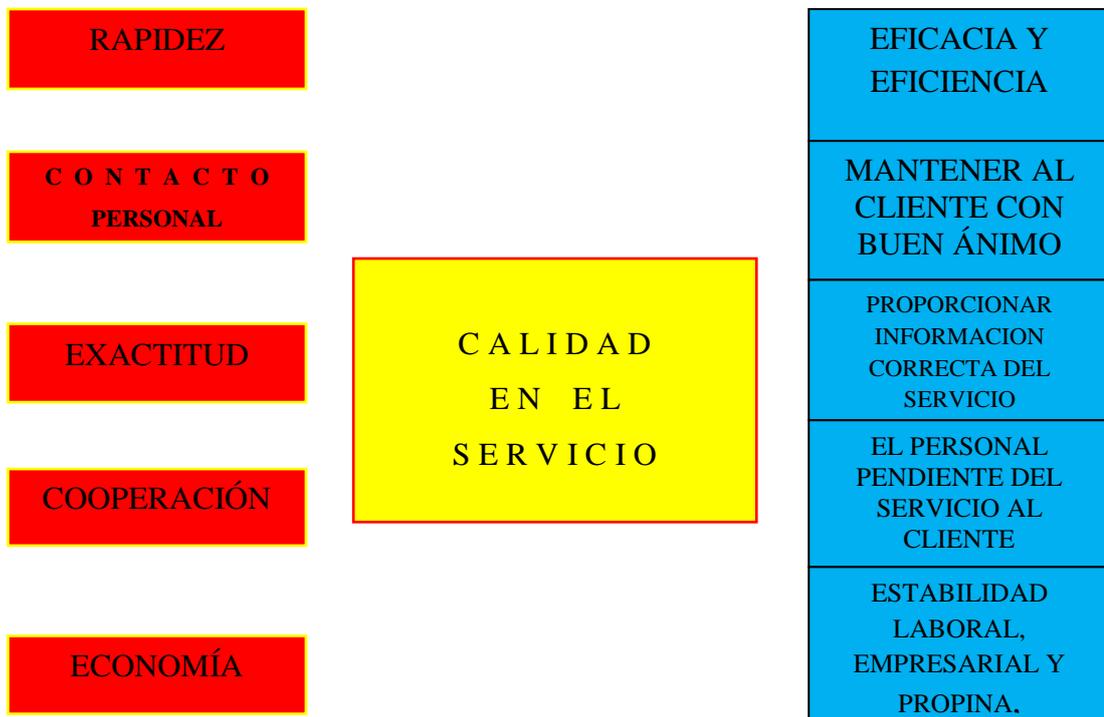
Lo que se busca en los restaurantes del cantón La Libertad es mejorar la calidad del servicio y eso solo se lo hace en base a cambios de actitud y aptitud del personal, así como también concienciar al personal con capacitaciones que lleven a romper paradigmas personales y empresariales, e introducir al personal en estrategias que correspondan a la calidad.

La calidad permitirá un desarrollo personal y empresarial de los restaurantes en el cantón, en el aspecto de incrementar clientes que serán soporte económico para todos los involucrados y garantizará el consumo de los productos ofertados en su totalidad, sin dañar el ciclo de vida del producto procesado o pensar en la pérdida de los productos sin procesar y mantener una buena relación con los proveedores.

La calidad del servicio o las estrategias debe estar plasmada por escrito para el personal y debe ser repetida o evaluada cada determinado tiempo para no olvidarlas o mejorarlas en trayecto del servicio, las estrategias o las capacitaciones deben ser aplicadas en todas las aéreas para manejar un solo sistema, además recordar los estándares y normas de calidad en todos los aspectos personales y empresariales.

Aparte de las normas y estándares de calidad podemos aplicar componentes que ayuden a mejorar la calidad del servicio tomando en cuenta aspectos tales como el ambiente físico donde se desarrolla el servicio, el interpersonal que se refiere a la relación que encuentra el cliente entre los empleados y otros clientes dentro del restaurante, el entregable que es muy importante dentro del funcionamiento y que relaciona a todas las personas que participan en el servicio de calidad devolviendo los objetos personales olvidados o extraviados a los clientes. El económico es dirigido al producto o servicio dado por el restaurante, el pago que realiza el cliente en base a la experiencia recibida por el servicio.

ESQUEMA # 3 De Componentes de la Calidad de Servicio



Fuente: El autor Irene Petersen, (2001)
ELABORADO POR: Barros A. (2.014)

1.3.3. Cliente

Se puede determinar a un cliente en su forma de presentación para poder darle la atención o el servicio que él desea recibir para su satisfacción, clasificar a un cliente lo hace parte de la familia del negocio, conocerlo en cada acercamiento al momento de su consumo para solo luego darle un servicio de calidad, el cliente es nuestra publicidad en el lugar que el este y a la hora que sea, el cliente se manifiesta en diversos tipos; el autor Iván Thompson (2009) con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

“Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.”

Los clientes, personas, usuarios sean estos nacionales o internacionales o como se llegue a denominar a un consumidor de producto o servicio este siempre va a preferir ser conocido como en una familia que al llegar ser saludado con su nombre, aunque no recuerden su nombre el prestador de servicio que lo reconozcan como cliente.

Esto hará que ese consumidor del producto o servicio desde el mismo momento que vaya pisando el establecimiento también vaya sintiendo la alegría, la felicidad y la atención de ser bien atendido, no puede importar que tipo de evento se realice en el negocio la atención y el servicio siempre será el mismo.

Hoy en día se manifiesta que una mala atención o servicio al cliente conduce a restar un comensal menos en la lista diaria, semanal, quincenal, mensual, o puede ser este un turista local, nacional e internacional que no va a regresar, esto indica un ingreso menos procesado dentro de la estadística establecidas, una propina menos con el simple hecho de demorarse en el pedido, o una falta de respeto, no

se sirvió lo solicitado por el cliente, no se le dio esa atención acostumbrada, eso causa un dolor en la relación cliente externo con cliente interno.

Todas las personas quienes conforman un negocio que se establece como una empresa, son responsables de lo que suceda dentro del tiempo de servicio o proceso al usuario nadie puede descuidar la atención, todos tienen que estar pendiente de lo que suceda en el momento que se produzca el contacto o relación con el cliente para poder respaldar algún detalle que esté haciendo falta en ese preciso momento y que no se cometa algún error de los servidores de servicio porque serían los únicos responsables de que alejen los clientes, quizás con la actitud que no corresponde o tal vez con un mal proceder o quizás no con las mismas ganas que se lo atiende, eso hará que el cliente no regrese.

Según define en la norma ISO 9000 versión 2000 “Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y Vocabulario: “Un servicio es también el resultado de un proceso”.

Se puede mencionar que las normas de aplicación de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos establecidas en la Ley Orgánica de Salud son las bases para locales de consumo humano y luego dirigirnos a las normas de calidad ISO 9000 versión 2000 que ayudara a mejorar el proceso de calidad en el servicio en todos los aspectos que se presente el producto o el servicio y que está dirigido a todo tipo de empresa sea esta pequeña, mediana o grande que es donde se apunta la calidad. Nadie puede estar exentó de cumplir con lo establecido en las normas y que quieran implementar una nueva calidad de eficacia y poder aportar dentro de los procesos también acciones que acompañan a la ejecución que ayudara a mejorar la clientela y mejorara el desarrollo socio económico de la empresa, del personal y del cantón.

Recordar que todo producto no se vende por si solo siempre tiene que llevar ese toque de atención al cliente que garantice la venta del producto que la atención

enamore más o parecido que el producto, que el producto sea el recuerdo de una buena atención y que se transforme en una publicidad gratis para la empresa y un reconocimiento al personal de calidad en el servicio.

Los servicios “identificables e intangibles” se aprecia en la acción del empleado, es claro que el servicio no se puede sentir solo percibir en la manifestación de una persona a otra que en este caso sería cliente-empleado, como no se puede sentir el amor que se transmite una pareja a otra sino con demostraciones de acciones que son receptadas por la otra persona tratando de captar la atención, con esto lo intangible se vuelve tangible en el momento de consumir el producto y complace las necesidades y deseos del cliente, sin dejar de lado los detalles tangibles como son los servicios complementarios que forman parte de la asistencia y la atención al cliente.

1.3.4. Fidelizar clientes

El trato por parte del personal del restaurante debe ser bueno, muy bueno y excelente, hay que tratar de mantener un nivel de servicio o atención al cliente con excelencia, o que vaya a nivel del producto que ofertamos, el incremento de clientes a los negocios depende de la calidad del producto y la fidelización de los clientes a los establecimientos de consumo deriva de los propietarios hasta el personal de mantenimiento; la autora Ana Isabel Boubeta Bastos (2006) con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

El fin último de todo proceso de ventas es la Fidelización del cliente. En relación a esta afirmación, en los siguientes apartados determinaremos que se conoce como cliente fiel, y estudiaremos la importancia de la fidelización de cliente para la empresa. Finalizaremos el epígrafe con la realización de una breve exposición de los factores que hacen posible la fidelización, punto muy importante a tener en cuenta en todo equipo de ventas.

La apreciación del autor en el servicio o venta, lo describe como actividades, diligenciar, de acciones que son intangibles en la atención al cliente y que es la primera parte del proceso para fidelizar al cliente. A continuación el servicio se transforma en beneficios, favor, ayuda y unas gracias en todos los aspectos que se recibe por parte del cliente y por último se describe como satisfacción, deleite, gusto y agrado que es donde se apunta como objetivo y se añade la lealtad o fidelidad del cliente al negocio que hace que se comience a posesionar en el mercado y se vuelva competitivo.

La interpretación que se le da al servicio en esta ocasión, es el esmero de los trabajadores en poner en práctica los conocimientos de un buen servicio que se transforman en esfuerzo y como resultado da un servicio de calidad, el mantener al cliente sentado en el negocio observando la televisión o tener conectado a la red de wifi o utilizar otro mecanismo de atención, mientras espera su pedido.

La atención o el servicio dado son preparados con anticipación a través de una capacitación, taller o seminario al personal de contacto al cliente y que cada desarrollo de atención tiene que realizarse al cien por ciento, cada servicio es un esfuerzo un desgaste de energía del personal a cumplir con su trabajo a desempeñar. El esfuerzo realizado por el personal del negocio no es físico.

Para la American Marketing Association (A.M.A.), los servicios son parte fundamental en el desarrollo del negocio no solo el producto sino todo el paquete que acompaña el servicio o la atención como los baños limpios, la imagen de los empleados, la limpieza del local, la comunicación del personal, las normas aplicada en el establecimiento que forman parte del producto a ofertar directamente al cliente del propietario.

El servicio es una actividad que se realiza en todos los lados y que llega a realizarlo cualquier persona y que a veces sin querer realizamos esta acción desde un favor solicitado por cualquier amigo o familiar, en los restaurantes, bancos,

playas, atractivos turísticos, en la pareja, la casa, institutos educativos, etc., en todos los lugares hay se realiza un servicio.

Todo esto se convierte en recuerdos intangibles dentro de la mente del cliente o usuario y que son almacenados como recuerdos de un buen servicio y a la vez son llevados a otro lugar donde son compartidos con terceras personas convirtiéndose en una publicidad más del servicio que se transforman en poder intangible para fidelizar.

El servicio no cualquier persona lo puede conllevar con el cliente, es difícil saber si la atención o el servicio se están desarrollando como el cliente lo espera ya que a medida que el producto es consumido el servicio también es consumido dependiendo del tipo de cliente que debemos describir al momento de tener el primer contacto con él o conocer ya al tipo de cliente que se está conduciendo a la fidelización del negocio.

Se puede tomar como punto de referencia o un aspecto para saber si el servicio ha sido percibido en ese instante por el cliente con la participación del cliente en demostrar una sonrisa, un comentario, una observación, una sugerencia o alguna aportación al negocio porque ya se siente parte de la empresa es importante que su opinión sea demostrada por el tipo de servicio recibido.

El servicio intangible no tiene ningún valor que cancelarse en ningún lado del mundo sino el producto, el servicio es creación de cada persona es imaginación, es una ciencia ficción de un negocio, pero si es valioso y hay que darle un valor y ese valor tiene que ser la satisfacción de un cliente que regrese, que promueva, hable lo vivido, que sea leal y fidelizado para el establecimiento, el servicio no tiene título el servicio tiene remuneración y realización.

El servicio y el consumo de cierto producto para utilizarse en el ser humano ya sea este interno o externo, tienen un reconocimiento distinto, cada quien en su

área tiene distintas características, una es conocido como intangible y el otro como tangible pero al final del camino o al termino del consumo los dos llegan a tener un factor común ellos son un producto, cosa o detalle que hay que tener en claro para poder trabajar en los aspectos.

El cliente es parte esencial del proceso de la atención al cliente desarrollando muchas actividades, es como que fuera la escena de algún capítulo de la vida real que tiene que ser bien realizada o actuada porque solo se puede filmar una sola vez y no hay repetición, no hay otra oportunidad, es por eso que tiene que prepararse, capacitarse y motivar bien al personal para ser parte de captar más clientes.

El servicio al cliente tiene que ser mejorado cada día, ya que hay nuevos clientes con nuevas expectativas, nuevas necesidades, nuevas exigencias y hay que prepararse para cumplir y cubrir solicitudes de usuarios que exploran nuevos rumbos de satisfacciones en cada cliente que visita el negocio para su fidelización.

1.3.5. Importancia de la calidad en el servicio al cliente

El personal del restaurante que tiene contacto directo con el cliente debe conocer las normas que permitan dar el servicio de calidad, sumando la atención que le corresponde para reforzar el servicio, la calidad del servicio es una presentación al producto que se ofrece en el negocio, la calidad va acompañada de otros factores que hacen la importancia a los establecimientos de alimentos de consumo humano; Andrea Espinoza, con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

La competencia hace que los precios de productos similares se igualen. Entonces, los clientes ya no sólo toman en cuenta la diferencia en los precios de los productos, pero además van a decidir dónde comprar de acuerdo a la manera en cómo son tratados en los establecimientos y la calidad del servicio recibido. Es por esto que la calidad del servicio al cliente se hace cada día más importante para los pequeños negocios.

La importancia de la calidad del servicio al cliente arroja aspectos que hay q tomar en cuenta, por ejemplo la imagen del restaurante, los precios del producto que vallan acorde con él, el tipo de servicio que presente los empleados, el tiempo en despachar el plato o lo solicitado por el cliente.

El trato al cliente debe ser personalizado, que indica esto que se debe dar toda la atención al cliente en el momento de recibir la orden y repetir la orden para confirmar el pedido, la atención en todos los aspectos como una sonrisa, su aseo personal, la manera de expresarse ante el cliente.

No importa el tamaño del negocio pequeño, mediano o grande para poder desarrollar un servicio de calidad, lo importante es dar toda la calidad al cliente en su mayor magnitud para fidelizar y ser parte de la publicidad del negocio para los turistas locales, nacionales e internacionales.

1.3.6. Clases de clientes en restaurantes

Los tipos de clientes que existen son muy variados y de diverso criterios, pero son clientes que visitan el negocio con la finalidad de consumir el producto ofertado y salir satisfecho del servicio, lo importante es estar preparado para todas las clases de clientes que existen y saber tratar a cada uno de ellos con sus modalidades, esto representa la buena atención y preparación del personal; el autor Aldea 21 (2.012) con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

Los clientes potenciales de los restaurantes deben ser identificados por sus distintas circunstancias, y saber detectar sus variadas necesidades. Este hecho nos permitirá conocer, en función de las características de nuestro restaurante, a qué segmento de clientes nos podremos dirigir para atraerlos y satisfacerles sus necesidades con posibilidades de éxito, y con cuáles no vale la pena esforzarnos, ya que no podremos satisfacer nunca sus deseos.

3 tipos de cliente más comunes que acostumbran un restaurante:

- a) **La familia** son las que más frecuentan los restaurantes o cualquier tipo de establecimiento de alimentos y bebidas por alguna fiesta que esta puede ser, cualquier evento significativos para ellos, también son visitados cuando hay una fecha de celebración festiva de la localidad, además sirven como antojos de niños y jóvenes tanto por su gastronomía como por los precios, en diferencia a los clientes ya fidelizado o habituales.

Los niños forman parte de la visita a los restaurantes por el consumo de alimentos rápido de preparar y su valor por el plato, además como parte del servicio adicional tienen juegos o zona de distracciones, así también como espacios para jóvenes donde degustan alimentos que son muy accesible para comprar y compartir, los negocios dan facilidades para la visitante de las familia en la distribución de las mesas y movilización para los clientes y meseros.

- b) **Las Parejas** son las más frecuentes en visitar los restaurantes por motivos de compartir un momento que se convierta en recuerdo para el hombre como para la mujer y que vaya acompañado de aspectos como un buen servicio, un buen plato típico o a la carta, que tenga un buen ambiente para pedir o comprometerse con la pareja, que tenga la visita de personas de un nivel aceptable y respetable, el negocio debe contar con un espacio de exclusividad para las parejas, que su decoración vaya con la ocasión, su iluminación sea apropiada para serviste un detalle que maque el momento, que su servicio tenga programas televisivos apropiada, que la música sea acorde al establecimiento y su volumen sea apreciable.

- c) **Los Gourmets** visitan los restaurantes solo para deleitar un plato de gastronomía que es favorito en su satisfacción, la visita por el degustar un plato forma parte de una relación que se forma por la visita frecuente al local con el propietario o sino que por su elección de la gastronomía interactiva con el preparador de su ansiedad.

Se pueden considerar otros tipos o clases de clientes que visitan los negocios de consumo humano tales como agresivos, quejumbroso, dominantes, ofensivo, preguntón, callado, miedoso, simpático, impacientes, indeciso, desconfiados, sabelotodo, exigentes, observadores, curiosos, hablador, impulsivos.

El propietario del negocio debe capacitar a su personal y dar a conocer los tipos de clientes que se pueden presentar, para evitar molestias o incomodidades delante de otros clientes. Es importante reconocer y recordar que tipo de cliente es para satisfacer sus necesidades en su pedido y servicio.

Como se puede observar, hay una gran variedad de tipos de clientes que cada día pueden ser conducido y tratados a lo que el restaurante mantiene como misión, el empleado con su trato puede cambiar un cliente dudoso a un cliente simpático o un cliente exigente a un cliente callado, la verdad es saber manejar a todos los clientes con un buen servicio.

1.3.7. Atención al cliente

Los propietarios de establecimientos de restaurante deben agregar al servicio una buena atención al cliente por parte del personal, que debe estar capacitado para cualquier situación que se presente con el consumidor, la atención hará que el cliente regrese, se fidelice, sea una publicidad o quizás no regrese, es de importancia la atención conociendo el tipo de cliente; el autor Renata Couso Paz (2.007) con lo respecto a lo mencionado anteriormente dice:

En este contexto, la atención al cliente puede convertirse en una herramienta estratégica de marketing, no solo para hacer que los errores sean mínimos y se pierda el menor número de clientes posibles, sino para establecer un sistema de mejora continua en la empresa.

La atención al cliente está constituida por todas las acciones que realizan la empresa para aumentar el nivel de satisfacción de sus clientes.

Se designa con el concepto de atención al cliente, a aquel servicio que prestan las empresas a sus clientes para atenderlos o en caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores.

La atención al cliente es un servicio que se brinda a todo tipo de cliente acompañado de un producto que es la parte de una transacción comercial, permitiendo se desarrolle una comunicación y un lazo de comunión personal entre cliente, empleado y propietario que da la apertura de una fidelización.

1.3.8. Tipos de atención al cliente

El tipo de servicio al cliente se toma de la temática del producto que se ofrece, podemos dar un servicio único como temático o específico en una sola línea de producto, si es variado si ofrecemos diversos tipos de platos, lo importante es conocer el producto para brindar el servicio que corresponde al cliente, la capacitación del personal es primordial en el desarrollo de los tipos de servicios; el autor Jo Jackson, con respecto a lo mencionado anteriormente dice:

Existen muchos tipos de restaurantes y pueden ser clasificados por el tipo de comida que sirven, como mexicana o italiana; por el estilo del menú, como a la carta o por pizarra y por el precio. También pueden ser clasificados según la modalidad de servicio a los clientes.

Hay una variedad de tipos de servicios o tipos de atención como manifiesta el texto, el tipo de servicio se debe direccionar a la temática del negocio que ofrece un producto específico o variedad de la misma temática, o sino el tipo de servicio de acuerdo a la facilidad de servir con eficacia

Los tipos de servicios o atención, van de acuerdo a lo que el propietario ha fijado su meta o su misión. Por ejemplo podemos nombrar tipos de servicios como: servicio a la inglesa, servicio a la francesa, servicio a la rusa o servicio a la guerdon que son servicios ya determinados en un patrón y que estamos hablando de un servicio de nivel y de calidad.

Quizás en el medio que se vive en el cantón La Libertad no son muy conocidos estos tipos de servicios, apenas conocemos los modelos de servicios en los hoteles como son el americano y el europeo, con el mejoramiento del servicio e imagen de los locales de restauración se podrá encontrar con el tiempo alguno de estos servicio de nivel alto en algunos negocios.

1.4. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

Los restaurantes son generadores del desarrollo socioeconómico para el cantón La Libertad, la provincia de Santa Elena con un buen servicio de calidad y atención al cliente, además crea sostenibilidad en el desarrollo interno de la empresa como también al personal, la calidad crea un desarrollo socioeconómico y este a la vez involucra a todo un sistema para funcionar; el autor Diego López (2.005) con lo respecto a lo mencionado anteriormente dice:

El turismo de carácter integrado responde a la aplicación de un modelo en el que el turismo y los servicios se presentan como instrumentos para revitalizar o potenciar los espacios socioeconómicos adaptando a los nuevos procesos de desarrollo desde los supuestos de la sostenibilidad y la implicación de la sociedad local.

El desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad debe tener como base un modelo de gestión en todas las áreas turísticas, hay que recordar que son un destino turístico reconocido a nivel internacional donde cada semestre hay estadísticas de visitas turísticas en toda la provincia, son competitivos con otras

provincias y que hay que realizar ajustes de mejoramiento a través de los entes que correspondan.

Este modelo de desarrollo socioeconómico tiene que servir como plataforma de despegue, para implementar parámetros de turismo cada año como ejemplo: se puede hablar de un buen servicio en las playas haciendo el estudio de la capacidad de carga a todos los sectores de la provincia que ayudaría al desarrollo.

En este caso se va a dirigir al desarrollo de los negocios de restaurantes que se vuelve más competitivo en cada temporada y que va acompañada del turismo, los atractivos que componen el cantón La Libertad atraen turistas locales y nacionales, dando la pauta que debe haber un buen servicio desde los vendedores ambulante hasta el personal de los restaurantes, que tienen que ser capacitado en todos los aspectos como el idioma, aseo, presencia, atención, cultura general, limpieza de los negocios y crear una cultura de conciencia como la honradez. Podemos decir que si fusionamos el turismo y el servicio activara el aspecto socioeconómico del cantón.

Si se habla de activar el desarrollo socio-económico con el turismo y el servicio, debemos también crear modelos de desarrollo con nuevos pasos que vallan encaminado a la sostenibilidad de los negocios en cada temporada, y que este desarrollo o modelo de fusión comience a cambiar el pensamiento y las condiciones de dividir el año en temporada alta y baja de todos los dependiente del turismo local.

Hay que aprovechar las actividades turísticas del cantón para aplicar la fusión de desarrollo en cada negocio o local destinado a la atención al cliente y de esta manera acaparar todos los aspectos creando un potencial turístico interno y como modelo.

Esto dará una imagen más fresca en cada temporada al cantón, de cambio, encaminado a la modernización, el desarrollo y la prosperidad como responsables del desarrollo turístico, personal y empresarial. Todo esto causara una reacción en algunos lugares, sectores, gremios que verán la manera de buscar el progreso económico.

1.4.1. Qué es desarrollo

El cantón La Libertad es considerado como el centro económico de la provincia de Santa Elena, se ha desarrollado en el aspecto comercial, laboral y cultural, ha habido un aumento poblacional con personas de diferentes partes del Ecuador e incluso personas del exterior que introducen su costumbre y tradiciones de su localidad de origen. Se puede decir que si hay un desarrollo en todos los aspectos dentro del cantón como lo menciona el autor Wordpress (2.008); con lo respecto a ello dice:

Hace referencia a dar incremento o acrecentar algo, que puede ser físico o intelectual. Cuando el término se aplica a una comunidad humana, aparece relacionado con el progreso económico, cultural, social o político

1.4.2. Plan de Desarrollo Turístico

El desarrollo es el aumento o incremento en diferentes aspectos dentro de una localidad, y si le anexamos la parte turísticas se va a direccionar a lo que se quiere mejorar o fortalecer en el cantón La Libertad como es el servicio de calidad y un buena atención al cliente que también va a aumentar la visita de los turistas en los negocios de restaurantes; el autor Wordpress (2.008) con lo respecto mencionado anteriormente dice:

Un plan de desarrollo es una herramienta de gestión que promueve el desarrollo social en un determinado territorio. De esta manera, sienta las bases para atender las necesidades

insatisfechas de la población y para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos.

Los procedimientos que se vayan a utilizar, forman parte de un conjunto de instrumento en el desarrollo turístico de incrementar los clientes en los negocios de restaurantes mejorando la calidad de servicio y por ende los ingresos en el cantón La Libertad aumentando la economía del sector, de esta manera se aprecia que es necesario la creación de planes para el desarrollo socioeconómico del cantón.

La creación de planes de desarrollo turístico darán un esquema de cómo aumentar la visita de turistas de diferentes partes del mundo, que puedan llegar al cantón a consumir en los diferentes tipos de platos en los diferentes tipos de negocios que existen en La Libertad, equilibrando la temporadas de afluencia masiva con la temporada baja.

Las temporadas consideradas alta y baja deben ser trabajadas con planes y estrategias para no tener un porcentaje estadístico muy negativo para el desarrollo turístico, la aportación de planes turísticos equilibrara el incremento de turistas o clientes en los negocios que beneficiara a los negocios, propietarios, empleados de los restaurantes con ingresos, que mejorara la calidad del negocio en implementación al personal en imagen, acondicionar el negocio para impresionar con su calidad, mantener la cantidad de personal para el servicio, mejorara la calidad de vida del personal, aportara al desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad con la visita de clientes fidelizados.

1.4.3. Gestión de calidad

El propietario del restaurante debe elaborar una planificación creando misión, visión, estrategias para el personal y empresarial, normas, políticas y aportando con principios morales, además crear objetivos para el personal y para la empresa, poner metas a corto o largo plazo que beneficien tanto al personal como a la

empresa y no solo a uno de ellos, recordar que todos los recursos son de importancia para el negocio; Manuel Ángel Turégano Santana (2.009) con lo respecto mencionado anteriormente dice:

El empresario se proyecta a un progreso macro, además se piensa en la parte la laboral que es el recurso humano que también necesita un progreso económico y personal, el unir los aspectos a largo o corto plazo de acuerdo a lo planificado tendríamos un servicio al turista y mejorando el desarrollo socioeconómico.

El turismo tiene una gama de actividades para satisfacer las necesidades del usuario, y una de las actividades es la alimentación como parte de un itinerario o parte de un momento de ocio o la selección del lugar ya conocido, si se describe un lugar se estará hablando de la infraestructura de un negocio que es parte de la actividad turística y si se habla del turismo tiene que estar bien equipada y cumpliendo las normas de sanidad, la infraestructura es parte de la oferta de un producto o servicio como parte del desarrollo turístico que cumple las necesidades del cliente con una buena imagen.

La infraestructura además de formar parte del desarrollo turístico, forma parte de un lugar específico llamado atractivo. Esto indica que no solo el negocio es un aporte al turismo o que la infraestructura de un negocio es el desarrollo turístico, sino que un negocio es un punto de referencia territorial llamado destino turístico.

Es de importancia equipar y cumplir con las condiciones sanitarias del negocio, todo negocio debe presentar una infraestructura en buena condiciones y limpia, el propietario debe informarse de las normas y estándares de su negocio en los ministerios que corresponde para saber en qué categoría está ubicada y verificar cada año su desarrollo en el ascenso de la categoría como control y evaluación.

El mantener un negocio con todas las normas y estándares para personal y establecimiento se requiere de una inversión, la cual es de responsabilidad del

propietario o de la sociedad constituida para el funcionamiento del mismo y que cumplirá con las expectativas de los turistas.

Se está buscando una nueva manera de desarrollo turístico, seleccionando áreas turísticas y fusionarlas para crearlas un potencial o reactivar ese ingreso llamado socioeconómico en el cantón, para esto se escogió dos partes que están fuera del turismo y fusionarlas.

1.4.4. Gastronomía

La preparación de alimentos para los turistas forman parte de un itinerario, de un paquete turístico, de una cultura, de un sector que se visita, la alimentación es considerada como anexo al desarrollo de viajar y alojamiento, es considerada como gastronomía por la calidad y presentación del plato o quizás es conocida como comida típica que representa al sector, la gastronomía es parte de un desarrollo socioeconómico por la gran cantidad de comensales que mueve sin tener un atractivo turístico; el autor www.elclima.com, con lo respecto a lo mencionado anteriormente dice:

La importancia de los alimentos en el ámbito turístico radica en que al hacer un viaje, es la comida uno de los factores que más se recordará aún cuando se hayan visto y disfrutado paisajes espectaculares ó impresionantes monumentos; definitivamente el lugar va a ser permanentemente recordado por lo qué se comió, incluyendo no sólo la calidad de los alimentos y bebidas sino también por la higiene, el servicio y el ambiente; todo esto en conjunto hará grata e inolvidable la experiencia de viajar.

La preparación de los alimentos es de importancia en el desarrollo socioeconómico del negocio y de la zona turística donde se encuentra ubicado los establecimientos, los estándares de higiene establecidos por los dueños y las autoridades marcan la diferencia entre la competencia de los cantones.

Los sabores o sazón de los platos a ofrecer en cada restaurante debe crearse como una marca turística en la provincia, su precio acorde a lo preparado, la información del producto es de conocimiento para el cliente, la presentación del producto o la gastronomía debe mantenerse como atractivo turístico para el desarrollo de la empresa y del personal.

La gastronomía se convierte en un factor de desarrollo económico y que compite con lugares turísticos, por eso hay que tomar encuenta la manipulación de alimentos establecidos en la ley Orgánica de Salud y las normas básicas ISO ya establecidas para su presentación y preparación de alimentos.

1.5. MARCO LEGAL

Según la Constitución de la República del Ecuador da a conocer los siguientes artículos en los que menciona. Capítulo segundo, Derechos del buen vivir Sección octava, Trabajo y seguridad social.

Art. 33.- Derecho del Buen Vivir,- Todo ciudadano Ecuatoriano tiene derecho de trabajar para recibir un ingreso económico que le permita primero sostener a su familia si en caso la tuviera o sino aportar a su familia si en caso no sea casado, este derecho es respaldado por la ley establecida en el Ecuador para vivir en un estado digno, la fuente económica que reciba debe estar acorde con la funciones que realiza sin ser explotado en lo laboral, debe tener un buen ambiente de trabajo dentro y fuera de su área, debe estar animado con las objetivos que cumpla.

Toda persona tiene derecho a laborar y recibir una paga por parte de los propietarios de la empresa que lo registre además recibirá los beneficios de ley y las bondades de la empresas, que permitirá un mejor calidad de vida en alimentos para toda su familia o personas a su cargo, estudios para sus hijos, mejoramiento de instalación de su hogar.

Las condiciones que debe trabajar toda persona ecuatoriana deben ser respaldada por las autoridades competentes, tomando en cuentas como prioridad la seguridad de la persona en lo físico como equipos de bio-seguridad y recibir un buen trato de comunicación en el aspecto psicológico por parte de los dueños o socios y jefes inmediato, esto permitirá un buen desarrollo de función al cien por ciento del personal.

La persona que trabaja debe ser tratada con dignidad en base a sus conocimiento y perfil, al igual que su remuneración debe ser digna, debe ser reconocido en su grado de evolución o grado de superación para recibir un asenso laboral, debe recibir por parte de la empresa capacitaciones como parte de superación y mejoramiento a la calidad de vida.

En la vida lo que uno siembra eso cosecha, que podemos interpretar con estas palabras bíblicas es que hay que reconocer todos los derechos al empleado para qué no allá ningún tipo de problemas legales y mucho menos que Dios no envíe la Bendición de cuidar nuestro negocio para avanzar en esta vida dura.

Art. 34.- Todo trabajador debe ser afiliado al seguro social como parte de la empresa donde presta sus servicios, es un derecho que le corresponde al trabajador por la ley, el estado debe garantizar los derechos establecidos que beneficiara al empleado en los servicios que preste esta entidad, recordando que este derecho ya fue estudiado por los legisladores y aprobado por el ejecutivo que es el presidente de la republica.

Las personas que trabajan deben recibir este derecho, así como también las personas que realizan labores en el campo al aire libre que deben ser consideradas y remuneradas de la mejor manera por lo que reciben sol y polvo e incluso ver la manera que las personas que no trabajan como pueden ser los familiares.

1.5.1. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo

Ecuador, (2008)

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Las actividades de consumo de alimentos y bebidas preparación inmediata para el consumo humano tienen el respaldo de la ley para el cliente como al propietario.

b) Servicio de alimentos y bebidas.- El servicio que presta un establecimiento de comidas típicas o gastronómicas o la venta de bebidas procesadas, bebidas preparadas con alcohol o sin alcohol y todo negocio que brinde alimentos y bebidas de consumo humano tendrán una actividad comercial y de lucro, además podrá brindar servicio adicional que considere conveniente al consumidor sin aumentar o disminuir el valor de lo establecido.

Todo lo que ofrece un restaurante como platos específicos sean estos desayunos, almuerzos y meriendas en la ley están considerados como un servicio, además platos a la carta, comida rápida, temática o comida típica es un servicio. De igual manera todo tipo de bebidas sean estas producidas en fabricas como la elaboración artesanal serán consideradas como un servicio acompañada de toda clase de evento de recreación por lo que produce una negociación obteniendo ganancias o lucro.

El servicio que presta un restaurante debe ser remunerado por el cliente al consumir el producto que es servido por el personal, que a la vez este servicio debe ser de muy buena calidad para que tenga el mismo valor del pago realizado por el consumidor, no importa qué tipo de servicio ofrezca lo importante es que sea de calidad por su valor económico que permite un desarrollo socioeconómico del empleado y la empresa.

El turista dentro de sus derechos.- La Ley de Turismo respalda el consumo de alimentos y bebidas consumidas como cliente en caso que no esté satisfecho del producto, el valor a pagar por lo ofertado debe cubrir algunos aspectos como el producto, tiempo de visita, consumo de artículos de aseos en los baños, servicio del personal y gastos de presentación para el producto.

El turista puede aportar con lo que él ve dentro del establecimiento donde es atendido también con lo que el percibe en la calidad del servicio con sugerencias escritas o verbales al propietario o al prestador de servicio, la opinión del turista tiene que ser recibida con mucha atención y puesta en práctica si amerita la ocasión, los reclamos que se reciban del cliente deben ser aceptadas de la manera cordial y a la vez sustituir la problemática con algo adicional como disculpa del mal servicio, producto o atención al cliente que esta mencionado en la ley.

El servicio de calidad principal del negocio y el producto a ofrecer no debe perder ese valor con otros aspectos que se sumen al producto, dentro del servicio se puede acondicionar otras actividades como la presentación de artistas, sorteos, promociones, rifas y cualquier otra que aporte al incremento de turistas al negocio, cantón y provincia para su desarrollo, el servicio adicional debe estar al mismo nivel del producto y servicio que se brinda o ser mucho mejor que lo ofertado para el turista.

1.5.2. La Ley del Consumidor

1.- Todo ser humano tiene derecho como consumidor de productos sean estos interior o exterior a la protección de su vida con lo que vaya a ingerir estando de la mejor manera en calidad, como también todo producto que vaya a mejorar su salud en caso lo requiera, la seguridad que los beneficios adquiridos tengan la certeza de su tiempo de vida útil al consumo.

El cliente tiene como derecho el ingreso a todos los establecimientos de consumo humano a utilizar los servicios básicos como baños, lavamanos, papel higiénico, toallas, y de todo tipo de material de aseo personal como disposición del gobierno nacional y que deben estar en buenas condiciones para su servicio tanto a clientes externos como clientes internos además con la implementación y equipamiento de los mismo mejorando la calidad y el servicio utilizando mecanismo de tecnología.

2.- Los clientes pueden elegir donde efectuar sus compras de consumo humano, ellos son los que recuerdas las características de un producto para poderlo adquirir, también con esas características recuerdan donde fueron bien atendidos o recibieron un buen servicio de calidad por parte de algún mesero que sembró ese recuerdo para elegir ir nuevamente a ese negocio, así también los detalles del servicio como un descuento o alguna promoción, o variación de los productos.

No se le puede exigir a ningún turista o cliente que visite los negocios a comprar o que tiene que ser atendido por algún proveedor de producto porque se está cometiendo una infracción al consumidor, hay que darle la oportunidad de que elija lo que quiere consumir y donde quiere que sea atendido de la mejor manera para satisfacer sus necesidades y captar su fidelidad.

3.- El consumidor debe recibir por parte de la oferta toda la información de lo que va a consumir, si en caso es alérgico algún producto evitando alguna emergencia con la salud del comensal, no se le debe mentir al cliente con la información y debe ser muy específico al momento de dar la explicación, tener una buena comunicación con el cliente respecto al producto, tratar de evitar inconveniente en el servicio hacia el cliente o turista.

Alertar al consumidor de las consecuencias de algún producto que no allá tenido referencia o no allá tenido la información que corresponda al producto ofertado, de esta manera enviaremos riegos, emergencias, accidentes con los clientes al

momento de consumir el producto o recibir el servicio con todas la información específica al cliente.

4.- Todas las personas que realicen una actividad comercial de oferta y demanda están en el derecho de recibir por parte de los proveedores una buena atención al momento de tener una comunicación directa con el cliente al momento de ofrecer su servicios o producto, además debe ir acompañada del servicio que garantice la venta de ese producto, la calidad del producto debe ser mencionada como parte de las características que debe conocer el consumidor sin ser engañado en cualquier detalle.

La oferta debe manejar un valor a su producto establecido sin variación, el servicio y el producto siempre debe ser bien ofertado por igual a todas las personas y con el mismo precio, los productos deben tener la misma consistencia en su venta para no recibir reclamos por el cliente al momento de consumir lo ofertado, además debe tener el peso adecuado que valla a la medida de su valor, ósea que cueste lo que pese.

5.- La publicidad para su producto debe tener la información correcta ante la vista de los clientes, se debe ofertar un producto de calidad sin aumentar sus características que vaya a decepcionar al turista al instante que conozca su producto, el valor que valla en la publicidad debe mantenerse cuando se compre el producto, no es conveniente que se le estafe al comensal con un producto que se publica con el que se consume.

Esto tiene algunos efecto en la Ley del Consumidor, primero recibir una demanda por el cliente por la mala calidad del producto o por el valor establecido en la publicidad y otro valor al momento de comprar el producto recordar que la ley protege al consumidor de cualquier engaño que realice el proveedor para lucrarse.

7.- Los clientes que se vean afectados por un mal servicio o pésimo servicio podrán denunciar al proveedor, así también los turistas que comprueben que fueron engañado por la mala calidad del producto consumido también podrán denunciar y recibir a cambio indemnizaciones que fueran establecidas en la ley por algún juez, comisario, intendente o autoridad asignada para velar por los derechos del consumidor en la mala calidad del servicio y mala atención al cliente.

8.- Los ciudadanos que se sientan afectados en cualquier establecimiento de consumo humano interno como externo podrán acercarse a cualquier delegación y poner su denuncia con las explicaciones del caso de un mal servicio o mala atención, la Ley del Consumidor ampara al cliente de los errores cometidos por los funcionarios de los establecimientos en cualquier aspecto, recordando que dentro del comercio se ha realizado una transacción comercial de oferta y demanda donde la demanda ha cumplido con su parte de compromiso que la cancelación del producto y mas no de la parte ofertante en la calidad del producto o servicio a recibir.

1.5.3. Reglamento de Buenas Prácticas de Manejo en Alimentos Procesados

PARA ALIMENTOS PROCESADOS.

a. A los establecimientos donde se procesen, envasen y distribuyan alimentos.

Los negocios que realicen el procesamiento de alimentos deberán aplicar buenas prácticas en manejo de alimentos para mejorar la calidad, de igual manera si son productos de proceso de embasamiento para consumo humano, así su distribución también será de buen manejo para que llegue en buenas condiciones.

d. Desde la adquisición de la materia prima para el proceso del producto deben aplicarse las buenas prácticas de manejo, esto garantiza que la materia este en

buenas condiciones para ser procesados, hay que tomar en cuenta que desde la misma fabricas son consideradas el buen manejo de materias primas.

En la preparación de alimentos debe aplicarse las buenas prácticas en todas sus fases como escogimiento, almacenamiento y procesamiento del producto para la calidad y lo más importante este lleno de higiene, si en caso es envasado deben aplicarse las buenas prácticas en todo el proceso hasta su empaque, almacenamiento y distribución para el consumo.

Este reglamento de buenas prácticas es de importancia para las empresas para la obtención del Registro Sanitario, con la certificación de buenas prácticas de manufactura, para las actividades de vigilancia y control señaladas en el Capítulo IX del Reglamento de Registro y Control Sanitario, publicado en el Registro Oficial No. 349, Suplemento del 18 de junio del 2001. Las buenas prácticas ayudan al desarrollo de las empresas.

TÍTULO II. Ambiente: Cualquier área interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.- Manifiesta que el espacio interno de preparación de alimentos para el consumo humano debe estar acorde con la actividad de su procesamiento, debe contar con todos los elementos ambientales como extractores de humo, luz natural y luz artificial para una buena observación a la manipulación de los alimentos o materia prima.

La aplicación de buenas prácticas en el ambiente externo debe contar con un espacio considerado para introducir la materia prima, seleccionar los productos a proveedores, áreas limpias y con instrumentos de manipulación como de transportación, el espacio debe ser amplio y con ventilación, debe tener buena iluminación.

Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.): Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

Contaminante: El no saber las buenas prácticas de manejo, se puede utilizar cualquier agente químico o biológico en la preparación de los alimentos que transforman en materia extraña u otras sustancias agregadas que sin ninguna mala intención se incluye al alimento preparado o al producto que se va a ofertar, por lo que se compromete la calidad, higiene y seguridad del alimento.

Contaminaciones Cruzadas: Este acto es el más frecuente en los restaurantes si no se conoce la aplicación del reglamento. Esto sucede en el congelador o refrigeradores o en almacenes de ubicación de los productos, al poner dos productos juntos sus componentes invaden el uno al otro percibiendo al más fuerte en su sabor o olor, esto rompe la pureza del alimento y ocasionando en el cliente un sin sabor.

Desinfección - Descontaminación: Es la utilización de productos de limpieza para un tratamiento físico, químico o biológico, aplicado en las áreas de producción como en las superficies donde se procesan los alimentos, limpiar las zonas de contacto con el alimento con el fin de eliminar los microorganismos y que no dañe la calidad e inocuidad del alimento.

Diseño Sanitario: Es un conjunto de particularidades que debe tener los negocios, incluido los equipos, utensilios e instalaciones que son utilizado para el proceso y preparación de los alimentos, este diseño deben contar con las condiciones sanitarias establecidas en el reglamento.

Infestación: Es la presencia y multiplicación de plagas en el negocio por el tipo de alimentos que se manejan, como insectos, ratas, y cualquier otro tipo de amenaza para la preparación y manipulación del producto, que pueden contaminar o deteriorar las materias primas, insumos y los alimentos.

Inocuidad: Es el estado en que se encuentra un alimento, que no afecte a la salud del cliente cuando sea ingerido bajo las instrucciones de las buenas prácticas establecidas en el reglamento.

Insumo: Comprende los ingredientes, envases y empaques de alimentos.

Limpieza: Cada trabajador debe limpiar su área de trabajo al terminar la elaboración del producto, o la limpieza de los residuos a medida que se va preparando los alimentos.

TÍTULO III. DE LAS INSTALACIONES

Art. 3.- CONDICIONES BÁSICAS: Los establecimientos donde se elaboran y producen alimentos tienen que ser construidos en un ambiente de armonía de las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, de manera que puedan cumplir con los siguientes requisitos:

a. Considerar que las áreas sean amplias para evitar la contaminación y que no se propague.

b. La construcción de los espacios en los negocios deben facilitar la limpieza y mantenimiento en las áreas de elaboración de los alimentos y a la vez permita la desinfección.

c. Que las áreas donde se elaboran, preparan y procesan los alimentos para los clientes deben ser liza y de material que no contamine o que no se descomponga con los materiales de limpieza.

d. Que los sectores faciliten en control de plagas y que su acceso sea lo más ágil para verificar los contaminantes.

IV. Disposición de Desechos Sólidos.- El personal de manipulación de alimentos debe estar capacitado en conocer la clasificación de basura y de cómo debe ser manejada hasta su recolección, esto permitirá disminuir la contaminación en las áreas de proceso.

TÍTULO IV

Art. 10.- CONSIDERACIONES GENERALES: El personal que tiene contacto con los alimentos debe:

1. Cuidar su aseo personal y la higiene del negocio.
2. El comportarse y cumplir sus funciones descrita en el Art. 14 de este reglamento.
3. Tener conocimiento de sus funciones para cumplir con responsabilidad en la elaboración de los productos.

Art. 12.- ESTADO DE SALUD:

1. El personal que trabaja en contacto directo con la preparación de los alimentos como de todo el personal deberán ser someterse a chequeos médicos para ver si están acto para sus funciones. Así mismo, debe contar con certificados médicos que garanticen la óptima condición de salud como de epidemiológica, para evitar

contaminaciones en los alimentos que se manipulan y contagien al personal. Los dueños de la empresa son los responsables de cumplir esta disposición.

Art. 14.- COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL:

1. Los empleados que trabajan en las áreas de procesos de alimentos no deben fumar, ni beber y consumir alimentos o bebidas en estas áreas siendo de propiedad del negocio o personal.

2. El personal del área de procesamiento y elaboración de alimentos deberá utilizar el cabello cubierto totalmente con una malla o gorro u otro método efectivo para ello; debe tener las uñas cortas y sin esmalte; no utilizar cadena, pulseras o bisutería; debe trabajar sin maquillaje, en los hombres sin barba o bigotes al descubierto durante la jornada de trabajo, en caso de barba o bigote debe estar bien presentado y cubierto con mascarilla.

Art. 15.- Utilizar señaléticas para personal no autorizado en las áreas de proceso de alimentos.

1.5.4. Aplicación de campaña “Baños Limpios”

Rótulo de identificación.- Se utilizara señaléticas en cada área del establecimiento indicando donde quedan los servicios y parte del local.

2.- **Inodoro con asiento y tapa.-** Deberá estar en buenas condiciones y limpio desde la apertura del local hasta el cierre de sus funciones.

3.- **Urinario.-** De igual manera debe estar en las mismas condiciones que el inodoro.

4.- **Lavado.-** Debe contener los materiales de aseo personal.

5.- Espejo sobre el lavamanos.- El espejo debe estar bien asegurado contra la pared y protegido por seguridad.

6.- Jabón líquido.- Es parte del material de aseo y debe estar en un recipiente que facilite su despojo al cliente para su aseo junto o en el lavamanos.

7.- Dispensador de jabón líquido. Ayuda al despojo el líquido para el cliente en su aseo personal.

8.- Implementos para el secado de manos (equipos automáticos en funcionamiento toallas de mano desechables).- Es necesario tener un equipo de secado de mano, no importa cualquiera que sea ese, excepto la toalla de tela que están prohibida para su uso.

9.- Papel higiénico.- Además de ser parte del inodoro aunque puede ser ubicado en la parte de afuera para su control, sirve como secador de mano.

10.-Dispensador de papel higiénico.- Por higiene y seguridad el papel debe estar en un dispensador para su manejo y disminuir la contaminación personal.

11.- Gel desinfectante dentro o fuera de las instalaciones sanitarias.- Como parte de la campaña es necesario un desinfectante en cada baño para mantener la higiene, contaminación y enfermedades personales.

12.- Dispensador de gel desinfectante.- La inversión que realiza los propietarios es considerable para poder funcionar, es por eso que cada material de aseo debe estar protegido por un dispensador y a la vez facilita su función para el uso.

13.- Basurero con funda y tapa.- Los desperdicios deben estar dentro del tacho de basura incluida en la funda para que no sean manoseados por cualquier tipo de plagas y siempre debe permanecer tapado el basurero.

14.- Cartilla para el control de la limpieza.- Se debe elaborar un cronograma de actividades de limpieza que respalde el buen funcionamiento de limpieza y sanidad del local para las autoridades y el cliente.

15.- Mínimo 4 veces al día y donde conste hora, fecha, nombre y firma de la persona encargada del mantenimiento.- En el cronograma debe contener detalles que permitan la aseveración de ejecución de la limpieza por parte del personal del negocio y en qué tiempo fue realizado y hacerlo la mayor cantidad de veces que sean necesario para asegurar un buen servicio a clientes y turistas.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología nos permitió conocer un sin número de herramientas para poder desarrollar de la mejor manera y viables los problemas reales que se presentaron en nuestra sociedad, en esta ocasión apporto para un fortalecimiento en la atención de cliente en el cantón La Libertad, además como aporte a la situación actual en el entorno en que vivimos y percibimos, también como puede desplegar el avance económico del negocio, del turismo local, nacional y porque no al turismo internacional. (Bernal C. , 2010).

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación no experimental fue un estudio que se realizó sin la manipulación deliberada de variables y en el que solo se observaron los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Esta investigación nos concedió prestar atención a muchas situaciones negativas del servicio a los turistas en los diferentes establecimiento del cantón La Libertad que quizás nos rodean sin darle la mayor importancia que se merece, se ha convertido en una molestia en nuestro ámbito social o particular, que necesitaba ser observado por quien corresponda a través de las causas y efectos para realizar una propuesta con solución, para avanzar en el desarrollo socio-económico. Roberto Hernández Samier. (2010)

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Investigación documental.-

“La investigación documental consistió en analizar la información escrita sobre un determinado tema, con el propósito de establecer relaciones, diferencias, etapas, posturas o estado actual del conocimiento respecto al tema objeto de estudio de acuerdo con Casares Hernández, et al. (1995)”.

La investigación documental depende fundamentalmente de la información que se obtenga o se consulte en documentos, entendiéndose por esto todo material al que se puede acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido, los cuales aportan información o dan testimonio de una realidad o acontecimiento este aconteciendo en el cantón.

Para los autores mencionados, las principales fuentes documentales son: documentos escritos (libros, periódicos, revistas, actas notariales, tratados, conferencias escritas, etc.), documentos fílmicos (películas, diapositivas, etc.), documentos grabados (discos, cintas, casetes, etc.).

En la investigación documental es importante mencionar las investigaciones denominadas “estado del arte”, las cuales se caracterizan por abordar problemas de carácter teórico empírico que son relevante en el tema objetivo de estudio.

Los “estados del arte” son estudios cuyo propósito es mostrar el estado actual del conocimiento en un determinado campo o de un tema específico. En consecuencia, tales estudios muestran el conocimiento relevante y actualizado, las tendencias, los núcleos problemáticos, los pasillos, los principales enfoques o escuelas, las coincidencias y las diferencias entre esas hipótesis y los avances sobre un tema determinado.

Es importante aclarar que los estados de arte no son un intervalo de conocimiento de un tema objeto de estudio, ya que implican análisis de la información documental realizada, tomando en cuenta consideraciones epistemológicas y criterios contextualizados en los que se dieron y se dan estos conocimientos.

Es importante no confundir “estado del arte” con marco teórico. El “estado de arte”, como ya se mencionó, es un tipo de investigación documental que también es documental, es un aspecto constitutivo de toda investigación científica, que tiene como función básica, servir de fundamento teórico de las investigaciones científicas”.

La investigación documentada apporto con datos que respaldaron la necesidad de la implementación de un plan de fortalecimiento en la atención y servicio al cliente, obteniendo información más real a la problemática que se quiere resolver.

También se puede considerar el estado del arte como un aporte al tema a desarrollar manifestando un análisis basado en el estudio realizado por parte de expertos dando las pautas más cercanas a la situación social que incomoda y que no permite el avance en todos los aspectos, además da a conocer la situación existente del problema.

Esto hará ver en qué nivel de aportación por parte de las autoridades en el aspecto turístico o a la problemática o ver las falencias de las condiciones en que se encuentra dicha empresa prestadora de servicio, es importante saber donde direccionar a buscar las fuentes de recopilación de información como muestra los autores y que aconsejan como documentos escritos (libros, periódicos, revistas, actas notariales, tratados, conferencias escritas, etc.), documentos fílmicos (películas, diapositivas, etc.) , documentos grabados (discos , cintas, casetes , etc.), esta información tiene que ser confiable y con firmas de personal responsable.

Investigación de Campo: Constituye un proceso sistemático, riguroso y racional de recolección, tratamiento, análisis y presentación de datos, basado en una estrategia de recolección directa de la realidad de las informaciones necesarias para la investigación. De acuerdo con el propósito, la investigación de campo puede ser de dos tipos:

La investigación de campo organiza los pasos a seguir para obtener mucha más información direccionando a los involucrados, como responsables y afectados de la situación de la problemática, esta investigación aportara con el desarrollando de base de datos, estadísticas, gráficos, etc., que permitirán un análisis más profundo y canalizar mejor la solución al tema.

Nos permitió absorber datos importante en el campo que se desarrolla la problemática existe, confirmando la propuesta de aportar con una mejoría y tecnificación a quienes se comprometieron al desarrollo empresarial, personal y socio-económico del cantón, además son parte del desarrollo turístico y social las empresas o instituciones públicas y privadas indirectas.

Investigación exploratoria

Están constituidas por aquellos estudios que tratan de describir la situación sin intentar explicar o predecir las relaciones que se encontraran en ella.

Nos permitió conocer de la problemática a través de la comunicación que puede ser también con una entrevista a personas que están al tanto o involucrados en la deficiencia que afecta a la sociedad o empresa.

Ayudo a acudir directamente a las personas que están en el proceso del servicio y atención al cliente incluidos los propietarios responsables de las condiciones sanitarias y de la imagen y presencia del personal conociendo un poco más de cerca la realidad de la problemática (Bernal C. , 2010).

Verificación de Hipótesis, trata de establecer relaciones entre variables, con la finalidad de explicar el comportamiento del fenómeno o hecho en estudio.

La verificación de hipótesis nos ayudo a estar seguro de la problemática que queremos resolver o apegarse mucho más a la situación real del suceso, la hipótesis es comprobar si las variables independiente y dependiente a utilizar ayudaran en la elaboración de las encuestas o entrevistas a realizar en el campo.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN

“Estudio Descriptivo.- El estudio descriptivo identifica las características del universo de investigación, señala formas de conductas y actitudes del universo investigado, establece comportamiento completo, además descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación”.

Permite publicar los aspectos que los rodean en su totalidad, haciendo un estudio de las variables y reconociendo su dirección como cualitativas y cuantitativas para canalizar su relación en el desarrollo.

Este estudio guiara a la detección de la funciones en la problemática del servicio al turista local y también a los involucrados del progreso interno como externo, viendo en primer plano las cualidades en la variable que afectan en el desenvolvimiento del personal y su capacidades relacionando con lo cuantitativo en los aspectos de desarrollo socio-económico como también la inversión de propietarios en su negocio.

“Estudio Explicativo,- Se orienta a comprobar hipótesis de tercer grado; esto es, identificación y análisis de las causales (variables independientes y dependientes) y sus resultados, los que expresan en hechos verificables. Podemos decir que el estudio explicativo orienta o comprueba que las funciones de las variables

independiente y dependiente sean identificada en el problema de la atención al cliente y permita personalicen los acontecimientos reales en sus funciones e identificar que si se puede realizar.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Método inductivo

Constituye un proceso lógico que a partir de un estudio de un sinnúmero de objetos, casos hechos o fenómenos particulares, determina características comunes, en función de las cuales y mediante un proceso lógico alcanza una generalización; es decir, la formación de un principio, regla, teoría o ley que rige o gobierna a todos los casos singulares de igual naturaleza que los estudios.

Esta metodología nos permito conocer de qué manera vamos a desarrollar el tema de la propuesta basado en un plan de fortalecimiento y mejoramiento con un modelo ya establecido y que permitirá establecer datos concretos para dar pautas a la solución de la problemática dentro de lo establecido por la autoridad superior.

Método Deductivo

Es un proceso lógico que parte de una generalización; es decir de un concepto, principio, regla, teoría o ley, para dirigirse a la comprensión y verificación de su vigencia en una o más casos particulares a través del método deductivo es posible confirmar lo inducido.

El método apporto al desarrollo de la problemática con instrumentos que ratificaron el proceso de elaboración desde su principio con datos que serán guardados en las bases de información como respaldo del proceso realizado y establecer porcentajes de comprobación que darán como prueba la necesidad de un plan de fortalecimiento.

2.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Técnicas de investigación:

Entrevista

Constituye una técnica de investigación basada a un interrogatorio verbal entre dos o más personas; las que formulan las preguntas denominada entrevistador y quien o quienes responden llamados entrevistados.

El entrevistador y el entrevistado se acoge a un proceso de preguntas y respuestas hasta alcanzar los objetivos previstos, los cuales pueden ser de diversa naturaleza: lograr información, informar, motivar, orientar, restaurar el equilibrio, etc”.

La entrevista apporto como testigo a la problemática existente en los establecimientos de restauración en el cantón La Libertad en el servicio a los turistas y que estarán dirigidos a los involucrados como representante de los ministerios y autoridades locales responsables del desarrollo turístico y socio-económico.

Encuesta

Es una técnica de investigación que utilizo fue un cuestionario escrito, el mismo que debe ser contestado por el investigado también en forma escrita, y a través del cual se persigue recopilar información, datos generales, opiniones, sugerencias, etc. En múltiples áreas y disciplinas, tales como la sociología, pedagogía, economía, política, sociología social, información general, etc.

La encuesta nos permitió sustraer información al personal directo en la atención al cliente y valorar las condiciones de conocimiento en algunos aspectos directos como indirectos y como parte responsable del progreso empresarial, personal y de

la sociedad además contribuye con información fuera del proceso para mejorar la solución del problema.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

Población o Universo

Es el conjunto de seres, fenómenos, objetos o entes en general, que integran en una misma categoría en virtud de una o más características comunes que comparten los términos población, universo y colectivo se emplean como sinónimos.

La población es el origen de la problemática de donde se tomaron la muestra y que vinieron a desarrollarse en el cantón La Libertad donde están establecidos los restaurantes de diferente tipos y de donde se conocerá el porcentaje de falencias en los aspectos que bloquean el desarrollo de la atención al cliente basado en la muestra.

Muestra

Es una parte representativa de la población en la que se lleva a cabo el proceso investigativo, y cuyo resultado serán generalizados o aplicados a todo el universo. Una muestra es simplemente parte de la población y cuando se ha escogido apropiadamente, sirve para describir la población general con un alto grado de precisión”

La muestra es una parte específica de la población con posibles respuestas en algunos puntos a tratar, a una problemática por resolver, la muestra es direccionada con objetivos para buscar la mejor solución en el aspecto social y empresarial.

La muestra fue tomada dentro del proceso de investigación que nos ayudó con la información de los involucrados a detectar la necesidad de implementar un plan de fortalecimiento y tecnificación en atención al cliente a través de los instrumentos que fueron direccionado además a quien le corresponda y ellos aportaron con información a la problemática que vamos a resolver con esta investigación y que permitirá guiar los aspectos turísticos a dar las soluciones a las empresas y mejorar la afluencia de turistas al cantón.

Se utilizará la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra:

Simbología:

- NC = Nivel de confianza
- p = Probabilidad de aceptación
- q = Probabilidad de no aceptación
- k = Coeficiente de estándares
- e = Error estándar

Formula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q}$$

Cuadro de muestra de turistas para encuestas

DETALLE	CANTIDAD	INSTRUMENTO
Turistas locales	95.942	Encuestas
Total	383	Encuestas

ELABORADO POR: Barros A. (2.014)

Tomando en consideración la población del cantón La Libertad de 95.942 habitantes se ha determinado mediante la base de formulación presentada en el link www.feedbacknetworks se obtuvo para el desarrollo de esta investigación 383 habitantes como tamaño de la muestra.

Cuadro de número de Autoridades

DETALLE	CANTIDAD	INSTRUMENTO
Autoridades Locales	4	Entrevistas
Total	4	Entrevistas

ELABORADO POR: Barros A. (2.014)

Todas las autoridades del cantón La Libertad, fueron consideradas para realizar la entrevista en función a la investigación, que aporte con información de mejorar el servicio en los establecimientos de venta de alimentos y bebidas.

Cuadro de número de Propietarios

DETALLE	CANTIDAD	INSTRUMENTO
Propietarios de Negocios	56	Entrevistas
Total	56	Entrevistas

Elaborado Por: Barros A. (2.014)

Se realizó la investigación correspondiente si existía algún gremio o asociación de restaurantes en el cantón La Libertad en las dependencias públicas, dando como resultados que solo existen 56 establecimientos registrados en la Dirección Provincial de Turismo.

2.7. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Procedimiento de Investigación

Aquí se especifica los pasos para la obtención de la información en el desarrollo del tema objeto de estudio, es decir, en este punto se explicaron las diferentes fases secuenciales que se han venido utilizado para desarrollar la investigación, desde la búsqueda de los elementos teóricos, la definición del contexto de estudio, hasta la construcción del corpus de reflexiones teóricas que sustentarán la investigación.

Los procedimientos nos permitió realizar la observación de los problemas a través de la metodología y buscado de la mejor manera los instrumentos para poder desarrollar el plan de fortalecimiento y tecnificación en el cantón La Libertad, direccionado a los restaurantes y todo tipo de restaurantes de comida típica y comedores populares.

Para un mejor desempeño en la atención al cliente el trabajo que realicen los responsables del servicio y atención al cliente, atraerá a turistas locales o nacionales e internacionales, además los procedimientos colaboraron con la identificación de métodos para el desarrollo del problema o canalizar los tipos de investigación que beneficiaron al proceso de la investigación, utilizando las técnicas adecuadas para obtener los datos en el campo mencionado

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS RESULTADOS DE ENCUESTAS REALIZADAS A SERVIDORES TURÍSTICOS

1.- ¿Qué nivel de estudio tiene usted en conocimiento de servicio al cliente y atención al cliente?

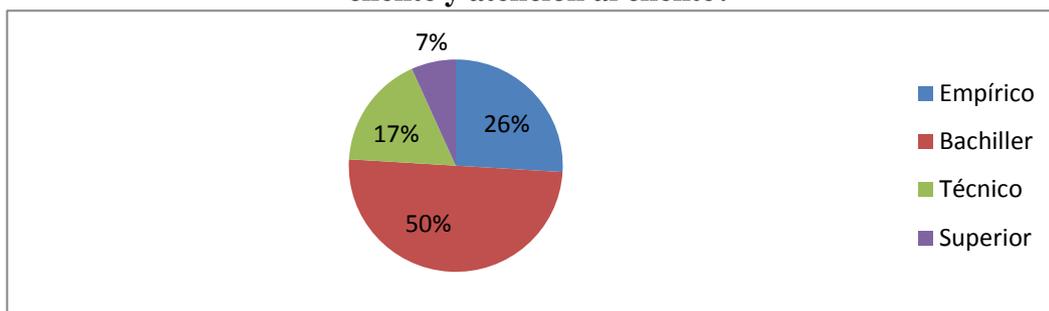
TABLA 1 ¿Qué nivel de estudio tiene usted en conocimiento de servicio al cliente y atención al cliente?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Empírico	27	25,96
Bachiller	52	50,00
Técnico	18	17,31
Superior	7	6,73
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013.

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 1 ¿Qué nivel de estudio tiene usted en conocimiento de servicio al cliente y atención al cliente?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013.

Elaborado: Barros, A. 2013

El 50% de los encuestados son bachilleres los que se dedican al servicio de clientes y ellos no tienen un conocimiento técnico solo empírico. La encuesta demuestra el bajo nivel de capacidad para desarrollar de una buena atención al cliente con calidad en restaurantes.

2.- ¿Cuánto le agrada el trabajo que realiza en la atención al cliente?

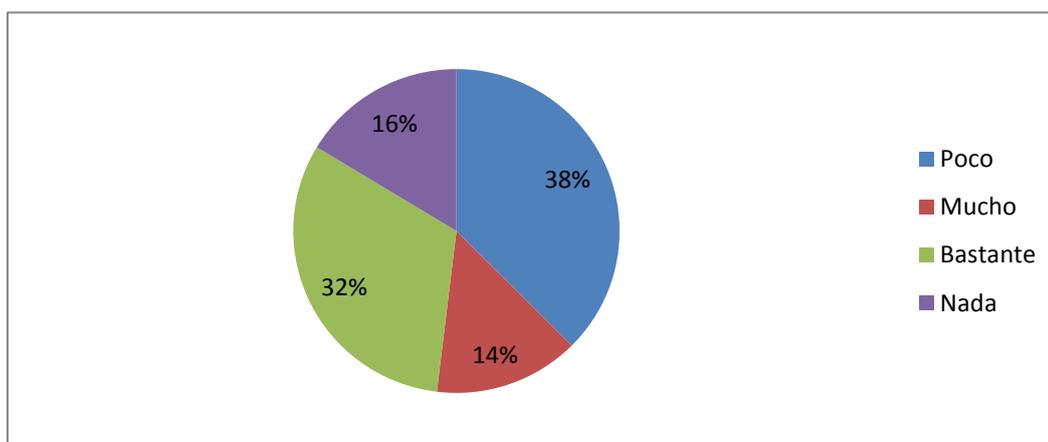
TABLA 2 ¿Cuánto le agrada el trabajo que realiza en la atención al cliente?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Poco	39	37,50
Mucho	15	14,42
Bastante	33	31,73
Nada	17	16,35
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013.

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 2 ¿Cuánto le agrada el trabajo que realiza en la atención al cliente?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

El 38 % de las personas que trabajan en los restaurantes no le agrada la atención al cliente o no le gusta el contacto con las personas por falta de motivación o capacitación. Las personas que se dedican a brindar un servicio al cliente no sienten el afán de satisfacer al consumidor por el poco conocimiento y significado que tiene un buen servicio por parte de ellos, para cumplir con las metas establecidas a través de las estrategias elaboradas por el propietario.

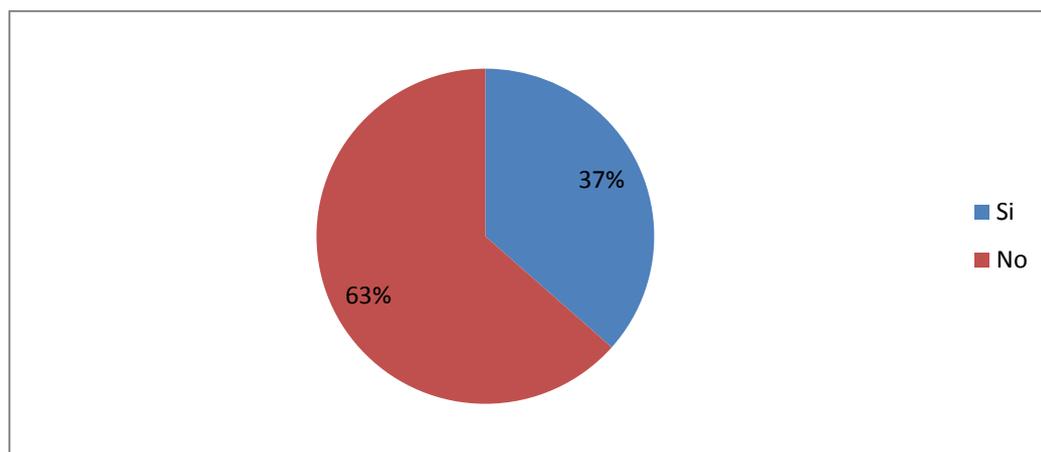
3.- ¿Sabe usted de primeros auxilios en caso de algún accidente en el restaurant?

TABLA 3 ¿Sabe usted de primeros auxilios en caso de algún accidente en el restaurant?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	38	36,54
No	66	63,46
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013.
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 3 ¿Sabe Usted de primeros auxilios en caso de algún accidente en el restaurante?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 63% del personal que trabaja en restaurantes no tiene conocimiento de cómo proporcionar a las personas o consumidores los primeros auxilios en caso de una emergencia dentro del local. El personal tiene que estar capacitado en todos los aspectos posibles y en este caso en una atención de auxilio para evitar en el cliente se le prolongue su incidencia, cuán importante es que el personal esté capacitado dentro del establecimiento porque es el primer contacto que tiene con el cliente.

4.- ¿Qué tanto conoce del turismo local, nacional e internacional en el cantón La Libertad?

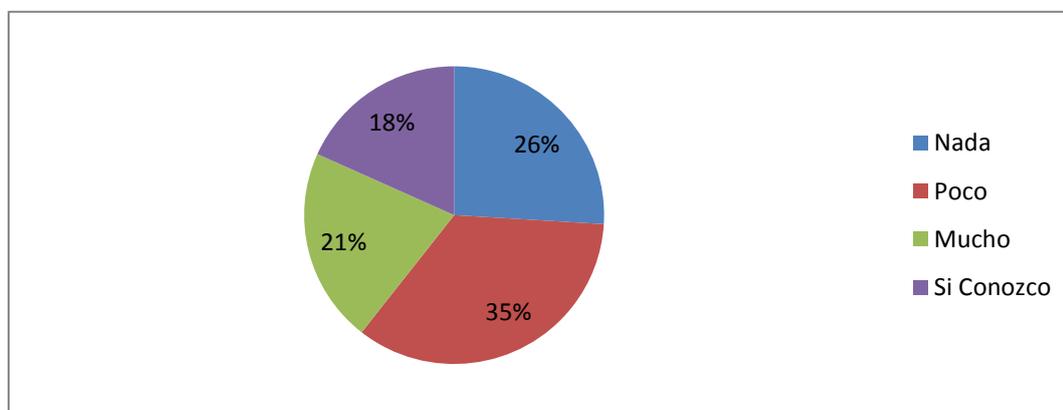
TABLA 4 ¿Qué tanto conoce del turismo local, nacional e internacional en el cantón La Libertad?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Nada	27	25,96
Poco	36	34,62
Mucho	22	21,15
Si Conozco	19	18,27
TOTAL	104	100

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 4 ¿Qué tanto conoce del turismo local, nacional e internacional en el cantón La Libertad?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

El 35% de los empleados no conocen del turismo que se desarrolla en el cantón La Libertad en cualquier aspecto. El personal que ofrecen un producto y el servicio de calidad deben de entender que son parte del turismo local y que no solo se dedican a servir lo ofertado, sino también en saber las expectativas del cliente para mejorar el servicio y atraer más turistas.

5.- ¿Cuánto cree Ud. que aporta en el desarrollo del servicio y la atención al cliente en el restaurant?

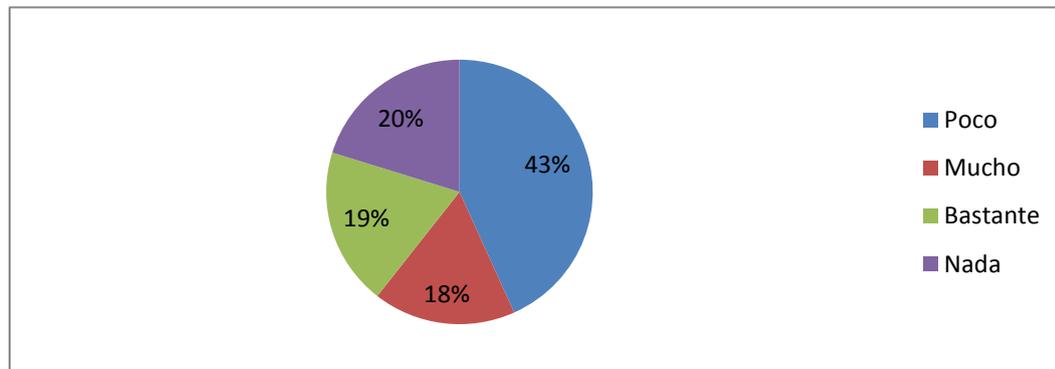
TABLA 5 ¿Cuánto cree Ud. que aporta en el desarrollo del servicio y la atención al cliente en el restaurant?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Poco	45	43,27
Mucho	18	17,31
Bastante	20	19,23
Nada	21	20,19
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 5 ¿Cuánto cree Ud. que aporta en el desarrollo del servicio y la atención al cliente en el restaurant?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

El 43% de las personas que laboran en los restaurantes del cantón La Libertad no aportan mucho en el desarrollo ya que no tienen establecidas estrategias, manuales o capacitaciones. Se debe capacitar u orientar al personal en los propósitos que se deben cumplir en el desarrollo del negocio en el manejo y control de los clientes al brindar un servicio de calidad por parte de los empleados para mejorar los aspectos de economía, estabilidad y fidelización de los clientes.

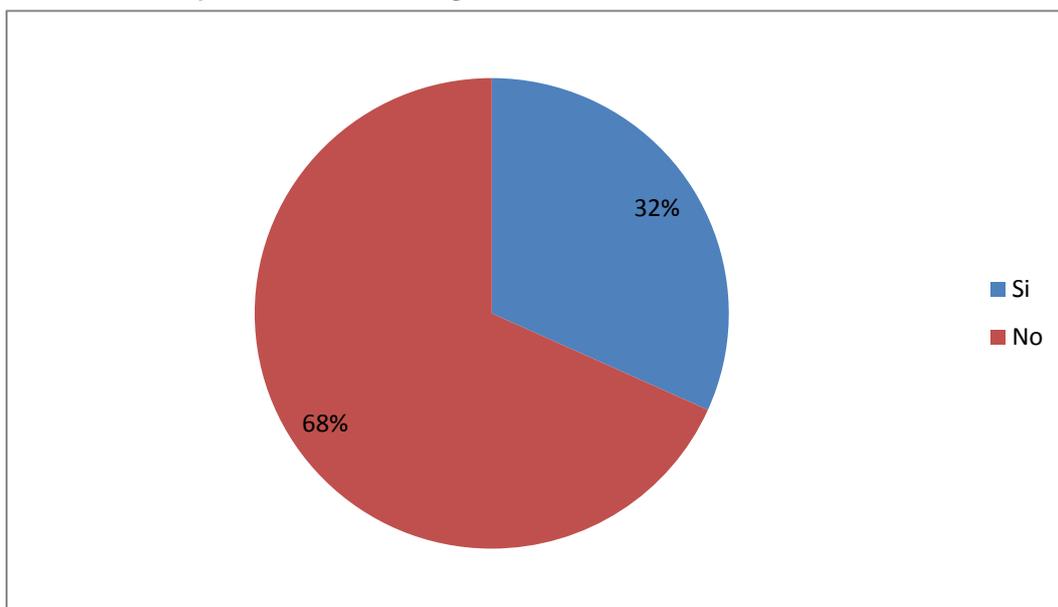
6.- ¿Conoce Ud. de Seguridad industrial en la cocina?

TABLA 6 ¿Conoce Ud. de Seguridad industrial en la cocina?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	33	31,73
No	71	68,27
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 6 ¿Conoce Ud. de Seguridad industrial en la cocina?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 68% no tienen un conocimiento básico de seguridad industrial en su área de trabajo para prevenir accidentes que puedan afectar sus vidas ellos solo tienen un conocimiento empírico. El porcentaje de conocimiento es muy bajo en seguridad para evitar desgracias a los trabajadores dentro de la cocina donde se desarrolla la preparación de alimentos y se utiliza elementos de combustión, que pueden causar pérdidas humanas y materiales en no saber cómo controlar un conato de incendio.

7.- ¿Cuánto usted conoce de una alimentación cruzada en la cocina?

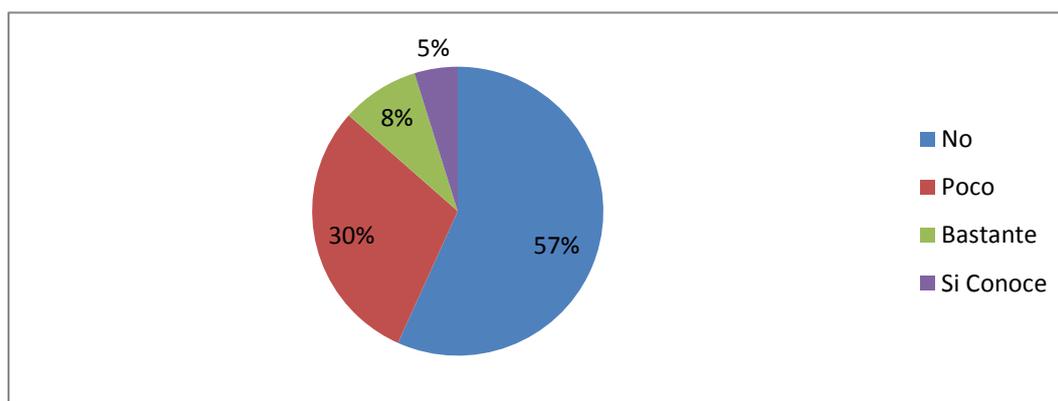
TABLA 7 ¿Cuánto usted conoce de una alimentación cruzada en la cocina?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Nada	59	56,73
Poco	31	29,81
Bastante	9	8,65
Si Conoce	5	4,81
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 7 ¿Cuánto usted conoce de una alimentación cruzada en la cocina?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

El 57% no tienen conocimiento sobre este tipo de alimentación ya que no han recibido capacitaciones de las normas ISO o de la manipulación de alimentos en preparación y manejo. No podemos mejorar la calidad de nuestro producto utilizando los mismos parámetros de manipulación y preparación de alimentos, cuando ya hay reglamento de buenas prácticas de alimentos y aplicación de las normas de calidad básica como son las ISO 9000 que todo propietario debe aplicar.

8.- ¿Cómo considera la clasificación de desechos y reciclaje de basura en el cantón La Libertad?

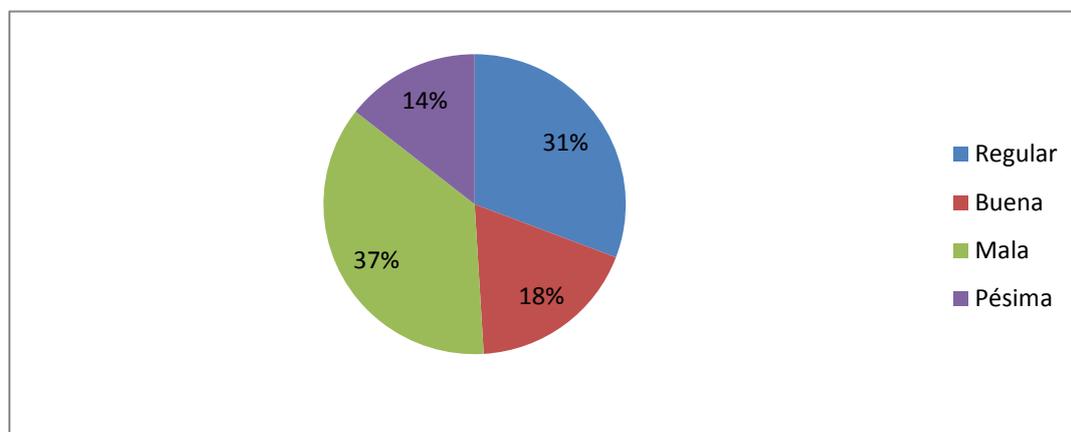
TABLA 8 ¿Cómo considera la clasificación de desechos y reciclaje de basura en el cantón La Libertad?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Regular	32	30,77
Buena	19	18,27
Mala	38	36,54
Pésima	15	14,42
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 8 ¿Cómo considera la clasificación de desechos y reciclaje de basura en el cantón La Libertad?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

El 37% califican de malo la clasificación de la basura en el cantón La Libertad por la inexistencia de capacitación y preparación al personal de aseo publico de basura y de recolectores. Se debe tener un manual en los restaurantes para recordar o capacitar al personal de la buena distribución de la basura para evitar contaminación y aprovechar de la mejor manera el reciclaje de plásticos y vidrios y de esa manera enseñar al cliente.

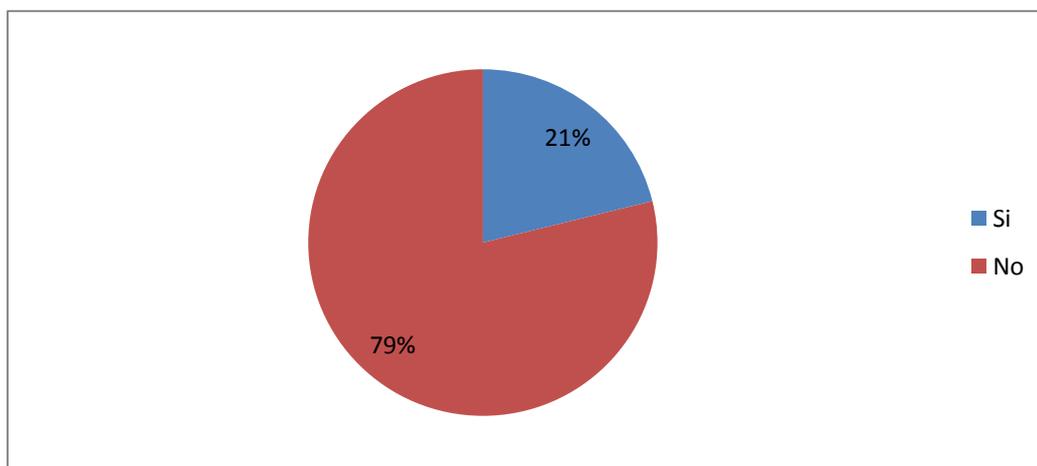
9.- ¿Es rentable trabajar en un restaurante que en otro trabajo del cantón?

TABLA 9 ¿Es rentable trabajar en un restaurante que en otro trabajo del cantón?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	22	21,15
No	82	78,85
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 9 ¿Es rentable trabajar en un restaurante que en otro trabajo del cantón?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 79% de los empleados no ven rentabilidad en los restaurantes ya que estos solo son visitados en tiempos de festividades y feriados que se dan en el año, por eso que ellos toman otras ocupaciones para hacer diferentes actividades. El servicio al cliente es abolido por aspectos que son más importantes para el empleado, que los intereses del restaurante, es de interés crear conciencia en el trabajador para el servicio de calidad que es representado en una remuneración como también en un desarrollo personal, empresarial y turístico.

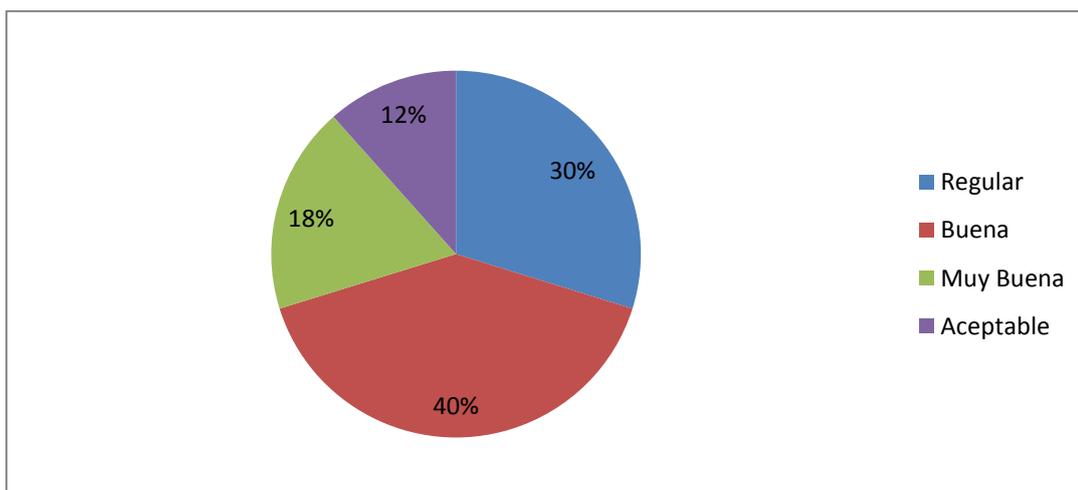
10.- ¿Las condiciones sanitarias de su restaurante están consideradas cómo?

TABLA 10 ¿Las condiciones sanitarias de su restaurant están consideradas cómo?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Regular	31	29,81
Buena	42	40,38
Muy Buena	19	18,27
Aceptable	12	11,54
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 10 ¿Las condiciones sanitarias de su restaurant están consideradas cómo?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 40% de los trabajadores manifiestan que son buenas las condiciones donde ellos laboran sin conocer las aceptables condiciones que están establecidas en normas y estándares de calidad. Hay un conocimiento muy bajo en referencia al ambiente de cómo deben laborar un restaurante y las buenas instalaciones que debe tener para un buen manejo sin comprometer el producto y el servicio.

11.- ¿Cree que hay un buen ambiente de trabajo en los restaurantes del cantón La Libertad?

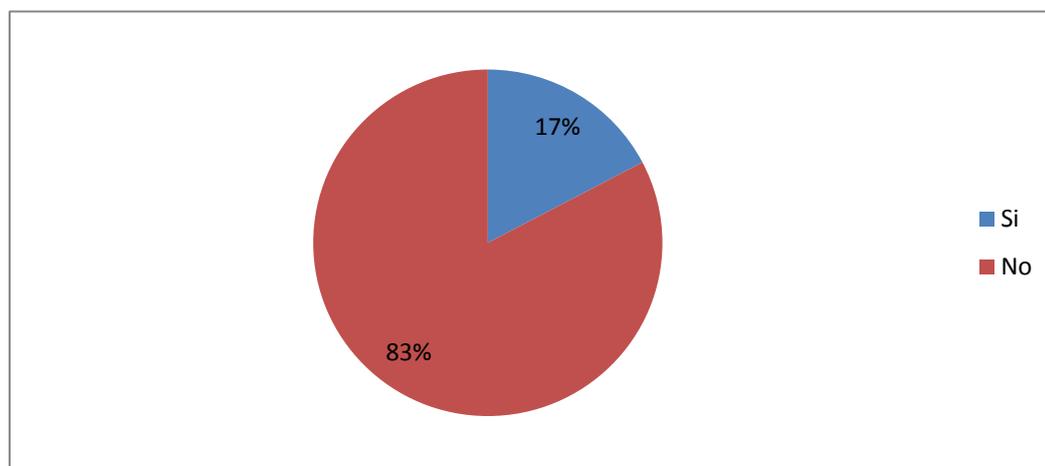
TABLA 11 ¿Cree que hay un buen ambiente de trabajo en los restaurantes del cantón La Libertad?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	18	17,31
No	86	82,69
TOTAL	104	100,00

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 11 ¿Cree que hay un buen ambiente de trabajo en los restaurantes del cantón La Libertad?



Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

El 83% manifiesta que no, porque no cumplen con las órdenes o disposiciones establecidas o el poco apoyo que hay en trabajar en equipo. El ambiente de trabajo lo elabora todo el personal del restaurante, teniendo en cuenta las estrategias, políticas, normas y reglamento creado para tener todo un mismo sentir y mejorar el ambiente de trabajo.

12.- ¿Si se fortalece el servicio y la atención al cliente en los restaurantes del cantón el desarrollo socioeconómico será?

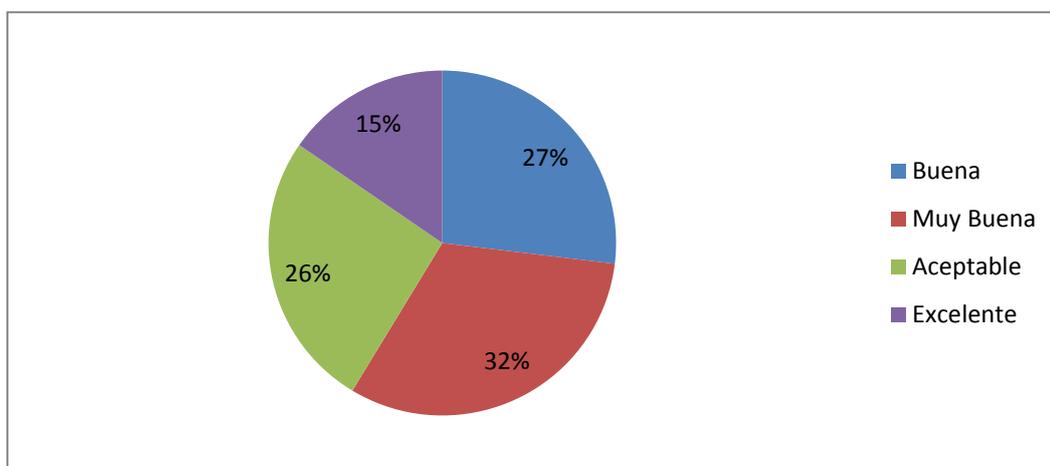
TABLA 12 ¿Si se fortalece el servicio y la atención al cliente en los restaurantes del cantón el desarrollo socioeconómico será?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Buena	28	26,92
Muy Buena	33	31,73
Aceptable	27	25,96
Excelente	16	15,38
TOTAL	104	100,00

Elaborado: Barros, A. 2013

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

GRÁFICO 12 ¿Si se fortalece el servicio y la atención al cliente en los restaurantes del cantón el desarrollo socioeconómico será?



Elaborado: Barros, A. 2013

Fuente: Encuesta realizada a empleados del cantón La Libertad año 2013

El 32% dan su criterio que fortalecer la atención al cliente habrá un desarrollo en todos los aspectos y ayudará al incremento de los recursos económicos para el bien de los empleados y de los clientes. El fortalecer todas las aéreas en el restaurante con capacitación al personal, aplicación de normas de calidad ISO, buenas prácticas de alimentos y mejorar las condiciones de infraestructura del local ayudara al desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad.

3.2. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS RESULTADOS DE ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS

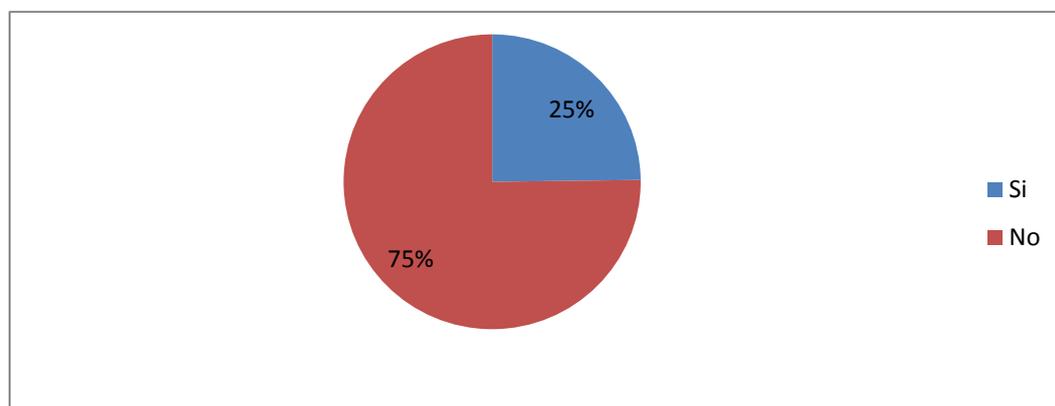
1.- ¿Conoce o ha escuchado usted de algún proyecto turístico por parte del sector gubernamental para el turismo local?

TABLA 13 ¿Conoce o ha escuchado usted de algún proyecto turístico por parte del sector gubernamental para el turismo local?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	95	24,80
No	288	75,20
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 13 ¿Conoce o ha escuchado usted de algún proyecto turístico por parte del sector gubernamental para el turismo local?



Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 75% de turistas desconoce algún tipo de proyectos por parte de las autoridades sectorial por el poco interés de implementar y desarrollaran un turismo local competente. El aporte de las autoridades en todos los sectores turísticos del cantón La Libertad es de mucha importancia, recordando que es el centro de desarrollo socioeconómico de la provincia de Santa Elena.

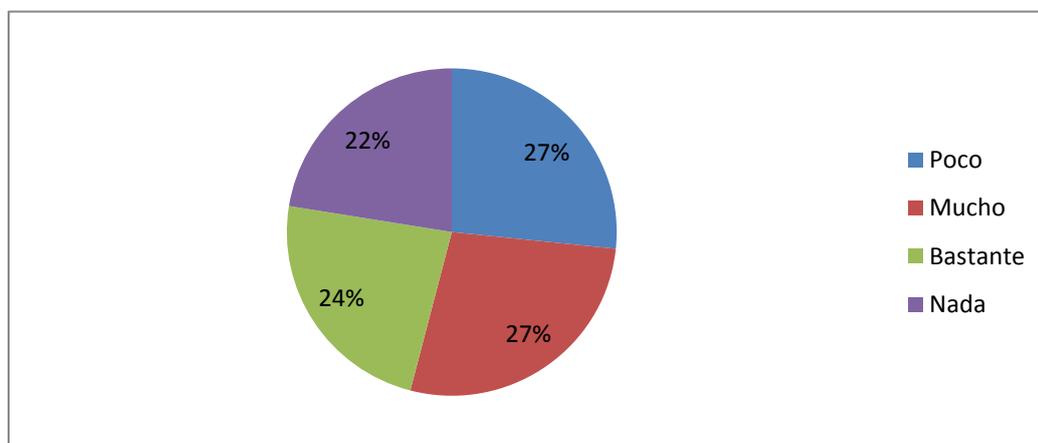
2.- ¿Qué tanto conoce Ud. de la comida típica o gastronómica del cantón La Libertad?

TABLA 14 ¿Qué tanto conoce Ud. de la comida típica o gastronómica del cantón La Libertad?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Poco	102	26,63
Mucho	105	27,42
Bastante	90	23,50
Nada	86	22,45
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 14 ¿Qué tanto conoce Ud. de la comida típica o gastronómica del cantón La Libertad?



Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 27% de las personas conocen sobre este tipo de comida ya que ellos vienen cada temporada y buscan distintos tipos de comida para degustar. Este porcentaje la pauta de establecer centros de comidas segmentados que los turistas puedan identificar con claridad y comenzar a fortalecer los negocios con publicidad y promoción, imagen, personal e infraestructura, creando competitividad local y cantonal.

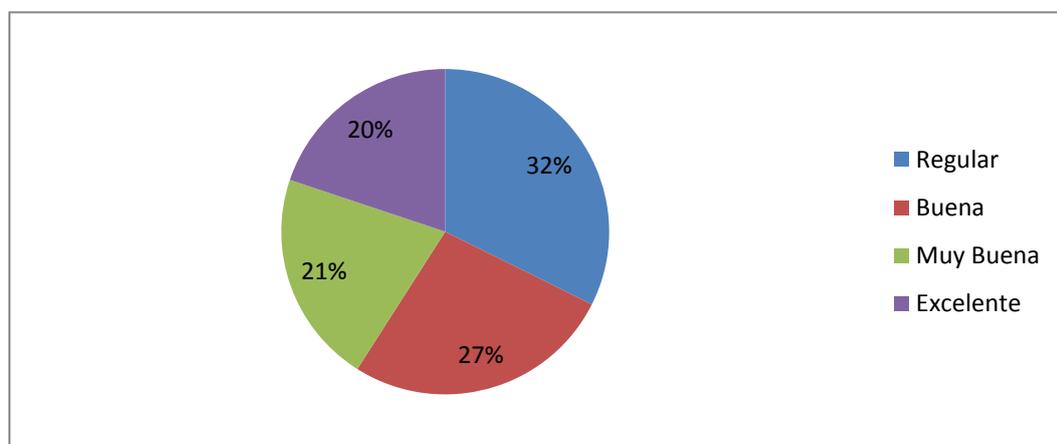
3.- ¿Cree usted que la calidad de servicio al cliente en los restaurantes del cantón La Libertad es?

TABLA 15 ¿Cree usted que la calidad de servicio al cliente los restaurantes del cantón La Libertad es?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Regular	124	32,38
Buena	102	26,63
Muy Buena	81	21,15
Excelente	76	19,84
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 15 ¿Cree usted que la calidad de servicio al cliente los restaurantes del cantón La Libertad es?



Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 32% es regular ya que no cumplen con todos los requisitos que deben tener para dar un buen servicio de calidad. Se puede decir que hay mucho en que trabajar para mejorar la calidad del servicio y comenzar a ser competitivos entre nosotros mismos, cantonal y nacional, el personal debe conocer procedimientos de todas las aéreas, el establecimiento debe estar acondicionado con todo lo establecido en la ley para su funcionamiento.

4.- ¿Cree usted que la gente del cantón La Libertad es amable?

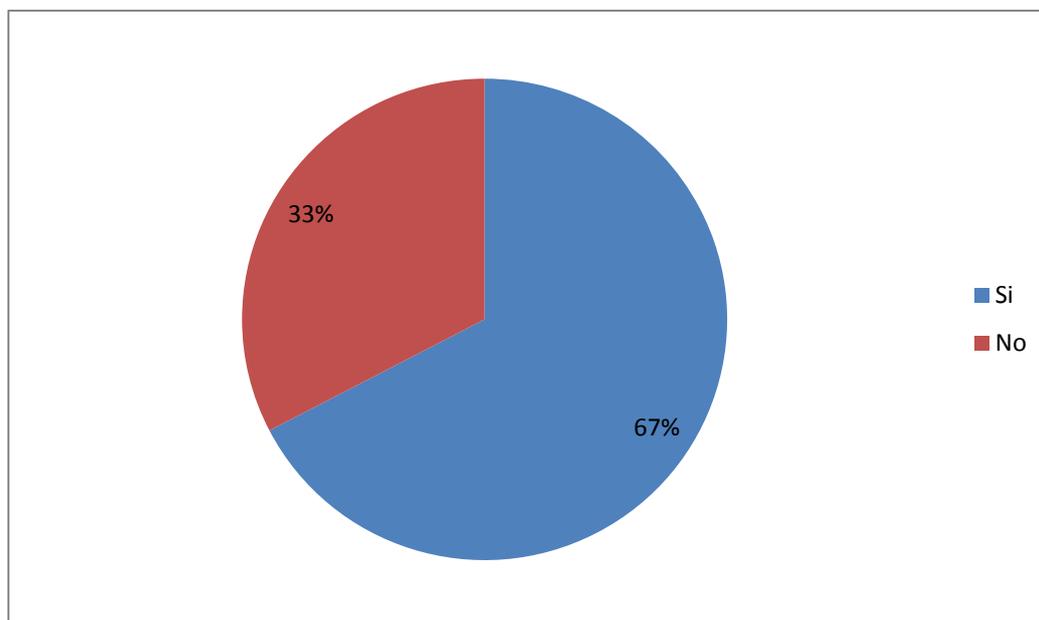
TABLA 16 ¿Cree usted que la gente del cantón La Libertad es amable?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	258	67,36
No	125	32,64
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 16 ¿Cree usted que la gente del cantón La Libertad es amable?



Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

El 67% de encuestados manifiestan la buena amabilidad del cantón La Libertad que han recibido en el momento de visitar un destino o solicitar información. El porcentaje restante nos indica que dentro de la calidad de servicio del local, mas la buena atención al cliente es donde no se aprecia la amabilidad del personal por cumplir protocolos, asumiendo que tiene un costo el servicio, allí se pierde la cortesía.

5.- ¿La imagen de infraestructura que presenta los restaurantes en la calidad servicio y atención al cliente es?

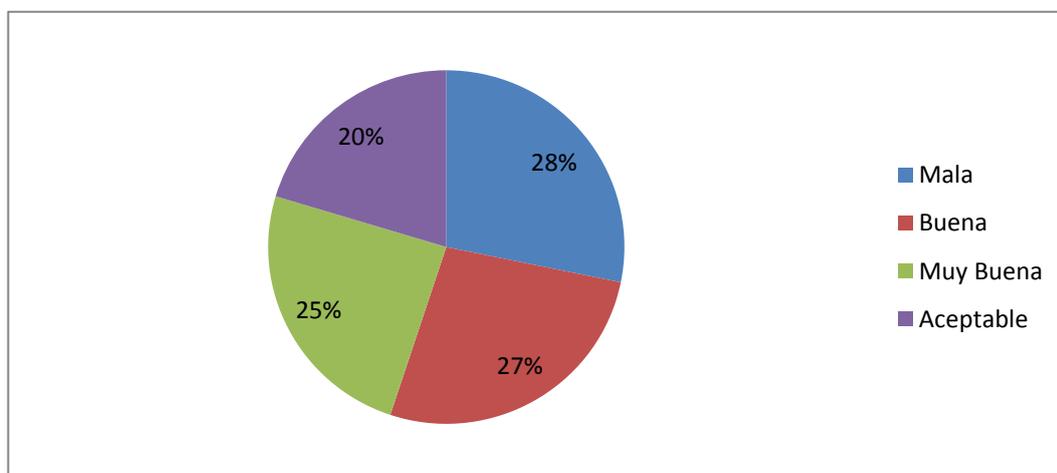
TABLA 17 ¿La imagen de infraestructura que presenta los restaurantes en la calidad servicio y atención al cliente es?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Mala	108	28,20
Buena	103	26,89
Muy Buena	94	24,54
Aceptable	78	20,37
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 17 ¿La imagen de infraestructura que presenta los restaurantes en la calidad servicio y atención al cliente es?



Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

El 28% de los establecimientos carecen de ciertos tipos de infraestructura que son observados por clientes y hacen que cambien su destino de consumo. El invertir en todo aspecto es bueno y mucho más en la gastronomía, las autoridades locales con el apoyo de las empresas privadas puede direccionar a los dueños de negocios dando directrices de inversión e implementación para mejorar la imagen y la clientela en el cantón La Libertad.

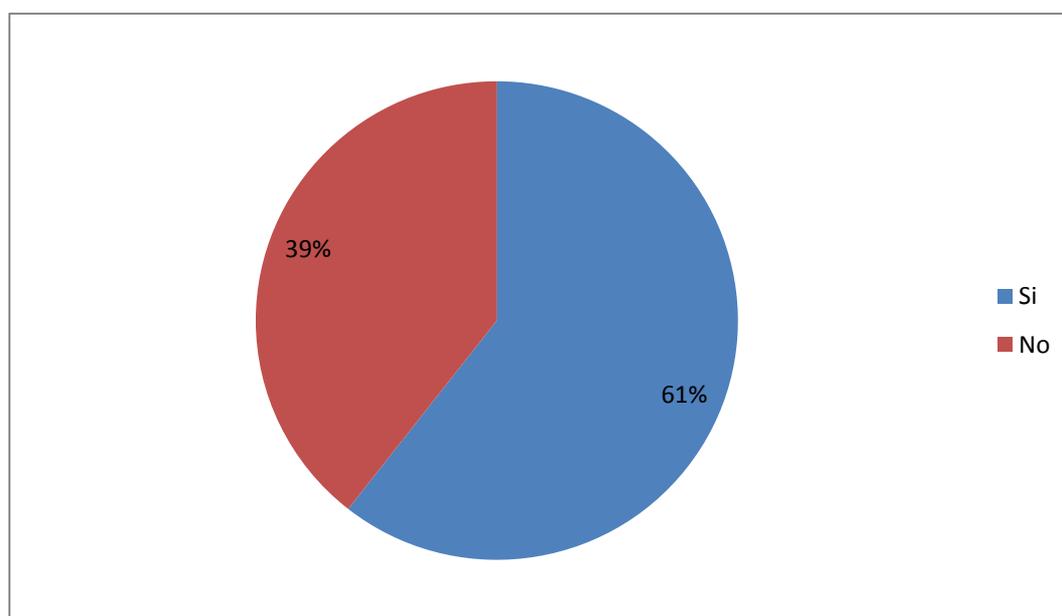
6.- ¿Le gusta algún atractivo turístico del cantón La Libertad?

TABLA 18 ¿Le gusta algún atractivo turístico del cantón La Libertad?

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
Si	232	60,57
No	151	39,43
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 18 ¿Le gusta algún atractivo turístico del cantón La Libertad?



Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 61% de los turistas local, nacional o internacional ha visitado un atractivo turístico del cantón La Libertad. Esto da como guía que La Libertad es conocida en ubicación geográfica, donde se la puede referenciar mucha más con la gastronomía o comidas típicas, además resaltar con publicidad las actividades de fechas festivas y proyectos turístico para el cantón.

7.- ¿Considera que los restaurantes aportan al desarrollo del turismo del cantón La Libertad?

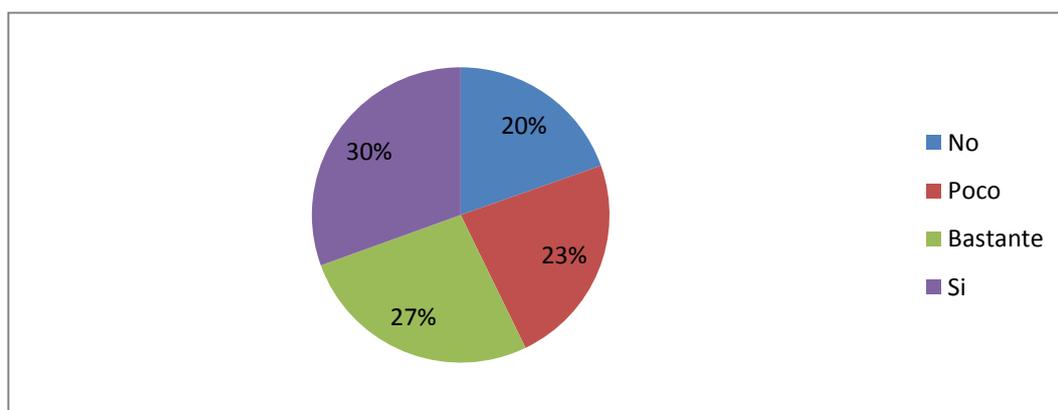
TABLA 19 ¿Considera que los restaurantes aportan al desarrollo del turismo del cantón La Libertad?

INDICADORES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
No	75	19,58
Poco	89	23,24
Bastante	102	26,63
Si	117	30,55
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 19 ¿Considera que los restaurantes aportan al desarrollo del turismo del cantón La Libertad?



Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013

Elaborado: Barros, A. 2013

El 30% manifiesta que si ayudan al desarrollo turístico pero se considera que es muy poco para competir en el cantón. Dentro del desarrollo socioeconómico del cantón los establecimiento de consumo humano de alimentos y bebidas aporta mucho porque es un complemento del turismo, es la negociación de materia prima, es la elaboración y distribución de un producto terminado y es el negocio como sustento de familias.

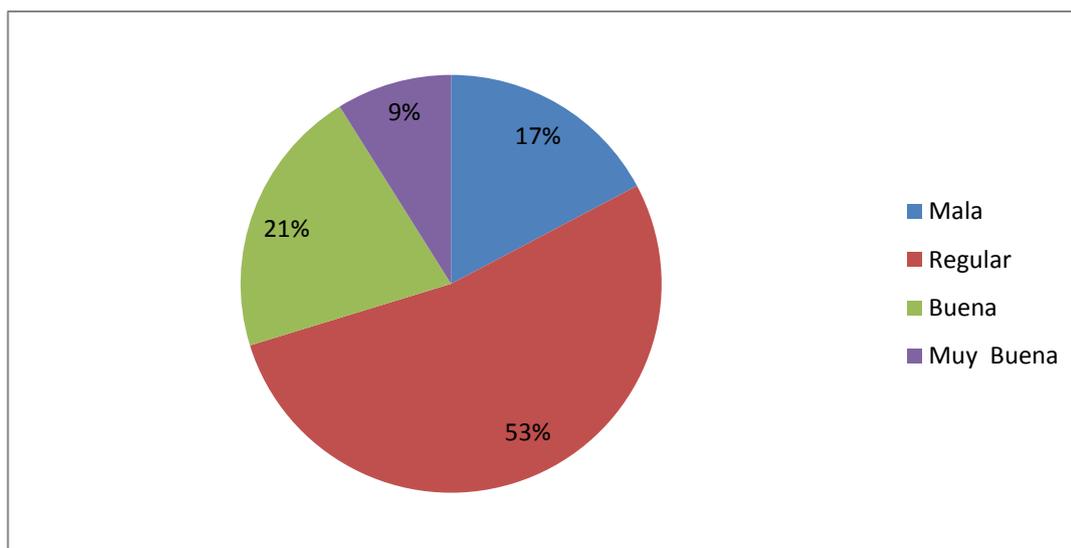
8.- ¿La recolección de basura en el cantón La Libertad es?

TABLA 20 ¿La recolección de basura en el cantón La Libertad es?

INDICADORES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Mala	66	17,23
Regular	203	53,00
Buena	80	20,89
Muy Buena	34	8,88
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 20 ¿La recolección de basura en el cantón La Libertad es?



Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 53% del servicio de recolección de la basura en el cantón es considerado regular, por parte de los encargados. Hay que concientizar a la población en respetar los horarios y días de los carros recolectores además concientizar y capacitar a los propietarios como personal de los restaurantes en el buen manejo de los desechos para su clasificación, esto permitirá una mejor imagen a la ciudad como a los negocios.

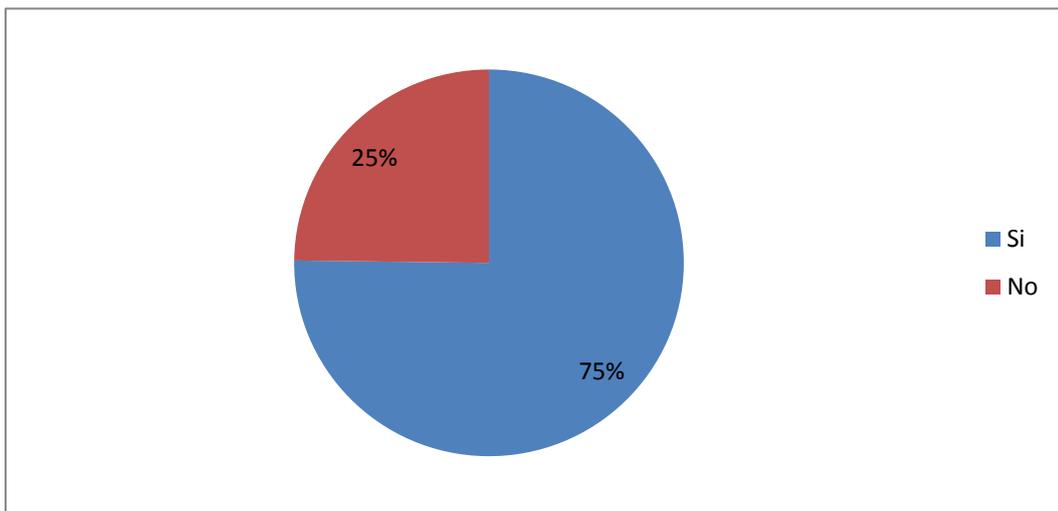
9.- ¿Cree usted que hay que fortalecer la calidad de servicio y atención al cliente en el cantón La Libertad?

TABLA 21 ¿Cree usted que hay que fortalecer la calidad de servicio y atención al cliente en el cantón La Libertad?

INDICADORES	CANTIDAD	PORCENTAJE %
Si	288	75,20
No	95	24,80
TOTAL	383	100,00

Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

GRÁFICO 21 ¿Cree usted que hay que fortalecer la calidad de servicio y atención al cliente en el cantón La Libertad?



Fuente: Encuesta realizada a turistas del cantón La Libertad año 2013
Elaborado: Barros, A. 2013

El 75% considera que si, empezando por los dueños de establecimientos que necesitan un conocimiento de manejo y control de su empresa en todas las aéreas. El fortalecer es mejorar o cambiar lo que no está funcionando bien para obtener resultados positivos o cumplir objetivos que lleven a las metas propuestas, los restaurantes fortalecidos llenan la mente de recuerdos de aceptación compartida con otras personas de un buen nivel, creando un desarrollo sostenido y competitivo en la restauración.

3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTAS A PROPIETARIOS DE RESTAURANTES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.

¿Cómo aporta usted al desarrollo de su establecimiento en dar una buena calidad de servicio y atención al cliente?

Los propietarios de los restaurantes han tratado de mantener un tipo de servicio al cliente, en base a sus conocimientos y compartir su experiencia con los empleados obtenida hasta hoy, el aporte al desarrollo del negocio es ir mejorando en las áreas que se han suscitado problemas al momento del servicio, lo importante es ir buscando la mejoría en la atención.

El desarrollo se da también en la parte de inversión al establecimiento en ir cambiando la infraestructura y acondicionar de la mejor manera, hay que tomar en cuenta que el turismo local es el que mantiene la actividad de la oferta de alimentación y que el turismo nacional es de bajo porcentaje, al igual que el turismo internacional.

El ingreso que se registra es destinado al desarrollo del negocio en poca manera y respecto al aporte del personal se espera que allá algún programa de capacitación no solo destinado al personal sino a la inversión del local que ahora forma parte del turismo.

¿Qué nivel de estudio tiene usted en la actividad que desarrolla en su negocio?

Los niveles de preparación en conocimiento de restauración, que presentan los dueños de restaurantes es muy bajo, y los que tienen el conocimiento no son creadores de planes, estrategias, o algún tipo de habilidades donde se pueda llevar un control y poder evaluar al personal cada temporada y ver las falencias.

Que podemos decir de los que no tienen el conocimiento científico que lo generan como trabajo, ellos funcionan a través de lo que conocieron del compañero de

trabajo o escucharon o vieron en algún medio de información o quizás obtuvieron un nivel de conocimiento con las sugerencias o críticas de los cliente.

Los profesionales o los conocedores de la materia en restaurantes con niveles de estudio no aportan ni comparten sus experiencias en el cantón, ellos buscan otro campo como es normal en cada ser humano en obtener un futuro mejor, quizás no se quedan en la región por diversos motivos y uno de ellos es el factor económico que indica su nivel de estudio.

¿Por qué puso un restaurante y no otro tipo de negocio?

La mayoría de propietarios tienen claro que la venta de alimentos preparados es un buen negocio en todo lugar y a toda hora sin importar que tipo de plato prepare, que podemos mencionar que este producto puede comenzar desde una tortilla de verde hasta el plato más caro de marisco de la provincia.

El cantón La Libertad da la oportunidad de colocar un negocio de restaurant, sea este pequeño, mediano o grande, por el tipo de movimiento que se presenta en los distintos horarios de actividad de su población que podemos mencionar.

En las mañana las cafeterías o puestos de comida rápida en todo el cantón incluidos en los mercados por el incremento de instituciones públicas, cooperativa de taxis, etc. A raíz de la provincialización, por la tarde se activan los restaurantes de todo tipo y por la noche los patios de comidas y los triciclos de ventas de comidas en distintas esquinas.

¿En la actualidad su negocio ayuda al desarrollo del turismo local o nacional?

Como saber si los negocios ayudan al desarrollo turístico del cantón, si no hay un reporte estadísticos y mucho más un apoyo al adelanto de los locales en buscar la

mejoría y que este sea un beneficio al turismo local o nacional, solo se sabe a través de los distintos medios de comunicación, las estadísticas el ingreso de turistas al país o al cantón, mas no el ingreso a los distintos lugares de expendio de alimentos y bebidas de consumo inmediato.

Se podría saber y conocer del ingreso de turistas a los restaurantes y saber si son ayuda al turismo local o nacional, mientras no allá un apoyo a los propietarios por parte de las autoridades con algún tipo de soporte no se sabrá si están generando desarrollo socioeconómico en el cantón.

Al parecer si es de ayuda al desarrollo turístico del cantón, pero está muy lento ya que se están enfocando en otros tipos de turismo que genere solo ingreso al cantón y se necesita desarrollar los niveles de conocimiento y de inversión para incrementar la entrada de turistas en cualquier temporada que se presente y fidelizar a los cliente, como también mantener un modelo que sea modificado cuando se amerite.

¿Es parte del directorio de algún gremio de restauración y porque?

La mayoría de los dueños piensan que no están en la capacidad de ocupar un puesto en ningún tipo de gremio y que ellos logren un aporte a su negocio y mucho más a los negocios que ellos representan por su condición actual, es un indicador que hay que tener un nivel de conocimiento o la experiencia de años conociendo el movimiento de la actividad.

Ellos piensan que formar parte de un directorio es perder el tiempo por el tipo de ideas que aportan en las reuniones que sostienen entre ellos porque en la actualidad no existe una cámara de turismo reconocida, vemos que existe un nivel de conocimiento donde hay un tope y eso hace que no allá mas desarrollo, es allí donde debería entrar el aporte de las autoridades con ideas de mejoras.

El reunirse en el gremio les resta a un miembro del directorio dinero porque hay que hacer algunas veces autogestión para cumplir, tiempo que a veces sirve para

invertirle al negocio y energía en cada reunión que a veces no se llega nada por las diversas opiniones de bajo nivel.

¿Qué área de su restaurante es la más difícil de manejar y por qué?

El área donde se presentan más falencias serían en los meseros, que son analizadas por el dueño y jefe al mando, aunque sean chistosas o grave con un cliente o quizás la que causo algún accidente en el negocio llamando la atención de algún comensal debe ser tomada en cuenta para realizar las correcciones.

Es el sitio más difícil de manejar porque los meseros tienen la misión de recordar cada paso en la atención al cliente para fidelizarlo así como cada persona que tenga contacto directo con el consumidor será la parte difícil de los negocios porque ellos garantizan el retorno de los turistas, sumándole la preparación de los alimentos en la cocina que otra área a considerar.

No hay como descartar las otras áreas como parte de cadena del proceso en la atención del cliente como la cocina, limpieza, facturación, etc., el área de los meseros es más vulnerable por la responsabilidad del servicio, imagen y cultura general, tomando en cuenta que cualquier empleado no lo puede hacer.

¿Qué necesita por parte de las autoridades locales para el desarrollo de su negocio?

Los responsables del desarrollo del turismo en el cantón La Libertad, se han direccionado a otros tipos de estrategias para incrementar la visita de turista a nuestra región ya mencionada, olvidando los principales aspectos del turismo como son el alojamiento y la alimentación que acompaña al viajero.

Las autoridades deben potenciar las partes exteriores de la actividad turística, trabajar en el desarrollo hotelero del cantón donde hay mucho por explotar y

fomentar la publicidad de los restaurantes como su gastronomía para después ver más opciones turísticas para incrementar mas las visitas.

Los propietarios necesitan más atención y el respeto para su negocio que tienen una trayectoria de reconocimiento y que le hace falta un apoyo económico por parte del gobierno en sus entidades financieras o que sean formados con un nivel competitivo de conocimiento y la aplicación de estándares de normas de calidad.

¿Qué tipos de manuales utiliza usted para el desarrollo de su establecimiento?

El conocimiento por parte de propietarios y del personal pueden reflejar primero un quemi-importismo por recordar o aprender las buenas prácticas de alimentos que en su momento fueron visitados por alguna autoridad en corregir las falencias de su actividad en el servicio y segundo la auto preparación o la importancia de conocer cómo funciona su negocio.

Los dueños tienen que saber el funcionamiento y el proceso de su local en todas sus áreas, y que cada sector tiene que tener un manual de pasos a seguir por cada empleado que garantice el producto, la mayoría de los establecimientos solos conocen como manual la desinfección y la limpieza.

Las autoridades deberían trabajar más en la elaboración de manuales volantes o la promoción de folletos o capacitación de buenas prácticas de manejo de alimentos y así evitar que muchos turistas cambien de lugar y de restaurant para disfrutar de un plato típico, es de mucha importancia utilizar manuales sanitarios.

¿Piensa que las autoridades locales promocionan el desarrollo turístico del cantón La Libertad?

La Libertad es conocida por su gran capacidad de realizar negocios de todo tipo, pero no es reconocida como un destino turístico por muchos visitantes a nivel

nacional pero si por los turistas locales que conocen los distintos atractivos que posee el cantón y que son visitados cuando hay su momento ociosos.

Hasta donde se ha visto en el cantón La Libertad, no hay un calendario de actividades turísticas muy aparte de las fechas recordatorias memorables, que sería la parte última de las autoridades no prepararse para celebrarlas y que debería aprovecharse esas fechas para hacer una buena publicidad a nivel nacional para que vayan conociendo donde está ubicado el cantón La Libertad.

Crear un calendario de actividades donde muestre el potencial que ofrece el cantón a través de ferias de comidas típicas, campeonatos deportivos playeros, etc., y que vayan intercalado entre las fechas memorables para que todo el año tenga actividad turística pero la realidad es otra, no se promociona al cantón como debe ser y como le corresponde.

¿Es rentable o no el establecer un restaurante en el cantón La Libertad?

La situación en la que se vive actualmente no permite establecer si es rentable o no, el gobierno y la nueva provincia han creado un sin número de entidades que regulan los establecimientos y que con lleva al pago de tasa de permiso de funcionamiento, al altibajos en desarrollo de la actividad restauradora.

Los ministerios son los que regulan y sancionan de una manera general ya establecidos por las diferentes leyes y reglamentos que existen, esto hace que se permita subsistir con los negocios en la temporada baja y aprovechar la temporada alta para ahorrar el próximo año y cancelar los permisos, mas no obtener rentabilidad en el negocio.

Cada negocio trata de crear promociones y mejorar en algo su producto o sus instalaciones cambiando su interior para poder generar ingresos que cubran los gastos básicos, sueldos de los empleados, materia prima, etc., y ver si queda algo

de ganancia que no es lo mismo que rentabilidad para poder avanzar en el desarrollo socioeconómico del cantón y turístico.

3.4. ANÁLISIS DE ENTREVISTA A LAS AUTORIDADES DEL CANTÓN LA LIBERTAD RELACIONADOS A LA RESTAURACIÓN

¿En qué contribuye su gestión en el desarrollo de la calidad en el servicio y atención al cliente en los restaurantes del cantón La Libertad?

Las autoridades están dando apertura a un turismo tópico, están desarrollando actividades de movimiento de turismo poniéndolo de otro punto, viendo la manera de atraer al viajero al cantón para que solo haga se despliegue para que forme parte de las estadísticas en las entidades turísticas.

No se han enfocado que hay otras manera de hacer turismo y buscar la posibilidad de crear modelos de gestión para el desarrollo socioeconómico de la actividad turística como aportación, no solo apuntar a espectáculos nocturnos que solo son momentáneos para el turista y para los servidores locales.

Hay que centralizar el turismo en todas las áreas que sean parte de ella, hay que darle la importancia a los que aportan al turismo local como parte de la oferta complementaria, ellos realizan dos tipos de inversión una interna y la otra una inversión externa que es la encargada de cumplir con las aportaciones de ideas y estrategias para mejorar la atención y servicios no tan solo en los restaurantes sino en todas los aspectos turísticos.

Mientras las autoridades no se pronuncien con la presentación de proyectos, planes o gestiones que ayuden al desarrollo turístico del cantón nadie va a mover un dedo en comprometerse a ayudar al desarrollo turístico y menos al desarrollo

socioeconómico, las autoridades proponen y los propietarios de negocios disponen.

¿Qué tipos de instrumentos utilizan para obtener datos estadísticos de la afluencia de visitas turísticas en el cantón La Libertad?

Se está recién despegando en el turismo local, los materiales o instrumentos para obtener información de turistas solo es en general, en los servicios complementarios no hay una base de información creada para los locales o crear un modelo de gestión para obtener información del movimiento que se realiza por temporada en cada establecimiento.

La información se la estandariza con la entrada y salida del turista a la provincia mas no al cantón y el porcentaje de cuantos utilizaron los hoteles y que cuantos visitaron los restaurantes o que cuantos utilizaron las cooperativas de transporte y para donde se movilizaron, porque las playa de La Libertad está llena y los restaurantes, comedores y kioscos están a medio llenar.

Deberían crearse planes que ayuden a un monitorear a los turistas con detalles y de esta manera ver donde nos estamos quedando sin visitas, no un monitoreo general que no nos ayuda a detectar para donde se movilizó el consumidor y que tiempo permaneció en un sitio, ver que paso en el alojamiento cuales fueron las causas, ver como atienden los choferes de todas las unidades de transporte.

El turismo es de números, porcentajes, controles, evaluaciones que van a dar con la realidad de un desarrollo que tanto necesitamos para mejorar y ser competitivos. Debemos invertir en profesionales internacionales de países que van adelante en el desarrollo turístico y tomar de allí herramientas que permitan obtener información de nuestro turismo local.

¿Cómo aprecia el desarrollo de la actividad de los restaurantes en el cantón La Libertad?

Los propietarios de restaurantes tratan de ver la manera de activar cada día su negocio o tratar de presentar su producto con mayor calidad utilizando su imaginación o buscando información a través de las redes de internet, la actividad se desarrolla de una manera lenta e informal en condiciones sanitarias que hasta ahora no ha sucedido nada, al parecer los dueños de preparación de alimentos y bebidas de consumo inmediato toman medidas de seguridad que ayuda a no crear una epidemia de intoxicación.

La actividad de la oferta de alimentos preparados va creciendo muy rápido pero sin apoyo de las autoridades que deben visualizar que un atractivo turístico podemos mencionar que en otras provincias los municipios han dado la característica de su gastronomía creando mercados acondicionados con infraestructura y capacitaciones que refuercen la visita de los extranjeros al cantón.

Debemos recordar que la actividad en los restaurantes no son las veinte cuatro horas sino por horarios, y esta actividad se ha extendido hasta la madrugada y porque no decir hasta el amanecer con vendedores ambulante informal como son los triciclos de venta de alimentos y bebidas preparadas que no hay un control y menos un apoyo por ellos son parte de la actividad de los restaurantes.

La Libertad está creciendo en diferentes aspectos y la oferta de alimentos y bebidas es una de ellas, es de importancia crear un proyecto para ubicar a muchos vendedores ambulantes nocturnos en un solo lugar donde se encontraría toda clase de alimentos y que sería de gran ayuda para control en varios aspectos como control policial a la ciudadanía, control de precios, control de sanidad, control de porcentaje de turistas que aportara mas en unir a las comisiones encargada de gestionar proyectos que vallan acorde a las necesidades del usuario y propietarios de negocios.

¿Qué espera por parte de los propietarios de restaurantes como aporte al turismo local e internacional?

Al parecer el apoyo debe ser mutuo, hablamos de los propietarios, empleados y autoridades que conducirá que se realice un desarrollo turístico en el cantón, un desarrollo socioeconómico, buscar el desarrollo de ser competitivos con otras provincias solo explotando la gastronomía, utilizando los materiales que correspondan a dar una imagen y presencia a los restaurantes.

Esto no se cumple y podemos mencionar un refrán conocido en el mundo que es “manos que dan, manos que reciben” o como está escrito en la Biblia “todo lo que uno siembra eso cosechará” entonces hablamos que las autoridades esperan de los restaurantes cuando ellos no aportan nada para el desarrollo de ellos y de los centros de patios de comida.

En lo que pueden aportar los restaurantes y vendedores es cumplir con las ordenanzas y requisitos para poder funcionar como locales de alimentos preparados, se cree que mantener los negocios es un esfuerzo muy duro y delicado ya que se trata de un producto de consumo humano y que si no está bien preparado puede causar daño físico y hasta la muerte.

El aporte más importante de los establecimientos de restauración es de no fallar en la atención y calidad del servicio al cliente, sumándole la imagen del negocio y de sus empleados, una buena atención hará que el cantón sea más concurrido y más competitivo con los otros cantones además sumará que los turistas visiten los diferentes atractivos que hay en La Libertad.

¿Conoce cuantos gremios o asociaciones de restauración existen registradas y o registradas en el cantón La Libertad en los Ministerios o Direcciones Provinciales?

Se lleva una base de datos donde solo se registran 52 locales de restaurantes registrados en el cantón La Libertad donde existen 95.942 habitantes. Entonces podemos decir que cada restaurante tendría que atender un promedio de 1.845 personas, habría que hacer un censo para constatar cuantos locales de alimentación hay en el cantón y verificar también con el catastro del municipio si coincide o no las cifras.

Hay un campo muy grande en la restauración para desarrollar a nivel cantonal y provincial, lo que todos conocemos, visto y consumidos en los diferentes lugares del cantón como también las huecas de cómodas riquísima, en el cantón La Libertad nadie se muere de hambre a ninguna hora del día, incluso los mismos miembros de los ministerios acuden en hora nocturna al consumo de alimentos, también hemos visto turistas consumiendo a esta hora un buen festín, esto indica que hay un potencial que no es tomado en cuenta por decirlo así, y que hay una gran cantidad de trabajadores o emprendedores esperando ser registrados para aportar al desarrollo del turismo.

Debería censarse toda persona que expenda productos en la calle para ver de qué manera aportaría al turismo local que podría ser este con un llamativo uniforme promocionando su producto o el tipo de vehículo que transporta su mercadería, de esta manera se manejaría otro tipo de proyección al turismo y se incrementaría la base de datos que respaldaría un proyecto más grande acompañado de un presupuesto aumentado y que cada año este tendría un desarrollo más amplio.

Las autoridades deben trabajar con los gremios del cantón porque ellos conocen la realidad de la situación turística, ellos son los que pueden aportar con la información de cómo se está desarrollando el turismo en La Libertad, ellos son los

van a decir en que está fallando las instituciones públicas, ellos van a dar sugerencias para mejorar el campo de visitas por muchas personas.

¿Conoce Ud. algún restaurante en el cantón La Libertad que desarrolla Turismo?

Los propietarios de restaurantes enfocan dos actividades que podríamos mencionar, la primera que hay que conocer lo que uno realmente ofrece como es la oferta de alimentos y bebidas preparadas de la mejor manera, dando un buen servicio y una buena atención al cliente con unas buenas instalaciones cumpliendo las condiciones sanitarias que ayudara a fidelizar al cliente y lo segundo conocer de qué manera se hace turismo, saber cual es significado y qué relación tiene con el restaurante, saber qué función cumple el negocio.

Hablaríamos mucho del turismo que ya sabemos que es, pero el detalle es asociarlo al negocio o desarrollarlo dentro de él, esto daría la pauta que habría trabajar mucho mas con las autoridades, propietarios y empleados dando a conocer de que manera ayudaría al turismo local y cuales serian sus beneficios en esta fusión alternativa.

Son pocos los restaurantes que practican turismo o que hacen turismo para promocionar el cantón de gran manera, detalle que tiene que realizarlo las entidades concedoras de turismo y que se sacarían un peso de encima capacitando a los restaurantes, patios de comidas, vendedores ambulantes y funcionarios públicos lo que es el turismo local.

¿Qué tipos de controles realizan para verificar las condiciones sanitarias en los restaurantes?

Las entidades públicas y privadas deberían unirse para desarrollar condiciones sanitarias que ayuden a mejorar el servicio y que garantice el producto en buen

estado, porque ellos conocen cada procedimientos y saben que sucede si es mal manipulado un producto o también por parte de las autoridades públicas que deben tener y como cumplir la ley.

No debe realizarse una persecución por parte de los ministerios a los negocios, sino aportar con ellos en mejorar cada día o mantener el estándar de presentación y que los establecimientos solo tengan limpios los negocios cuando se realizan operativos de control o inspecciones para permiso de funcionamiento, es todo el tiempo que hay que mantener las condiciones y recibir el apoyo gubernamental para el desarrollo turístico.

Hay controles solo cuando hay alguna emergencia o cuando se acerca alguna fecha festiva y decretan realizar los operativos de control para enviar los informes respectivos para dar a entender que ya cumplieron y no un control de apoyo para mejorar las condiciones sanitarias, e ir dando observaciones para realizar cambios en los locales, debe haber más controles en todos los establecimientos de consumo humano.

Como podemos mejorar los restaurantes o comedores en los patios de comida ya conocidos si no hay un control permanente que refuerce y haga mantengan las condiciones que desde un principio fue parte de un compromiso para obtener su funcionamiento, los controles no solo son rellenos de justificativos de trabajos temporal los controles dan resultados y de allí se obtiene información de la realidad.

¿Cree usted que los propietarios ayudan en el desarrollo socioeconómico del cantón solo cumpliendo con los requisitos establecidos?

Los propietarios buscan primero obtener un ingreso que respalde su negocio, luego ver si hay ganancia en un determinado tiempo llamado temporada y tienen que ver si es rentable el negocio para de allí dar un aporte al desarrollo

socioeconómico que le ayude a mejorar las ventas, observando que su inversión sea bien utilizada por ser un esfuerzo diario que realiza la empresa.

Para poder generar ganancias o utilidad, es necesario invertir en los permisos de funcionamiento que acrediten que el local está en buenas condiciones y que el personal este cumplimiento con las normas o principios establecidos en la ley que rige a cada institución, los propietarios cumplen primero con las autoridades ahora hay que esperar que ellos cumplan con nueva información que permita avanzar en el desarrollo empresarial y personal.

Las empresas cumplen con el aporte de los requisitos para funcionar y que son parte del desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad, la atención y el servicio que brinden aportara mucho mas al progreso o incremento de turistas y además contribuye al ingreso económico que se necesita en el cantón para aumentar la competitividad con los otros cantones, entrar a un nivel provincial.

CAPÍTULO IV

PLAN DE FORTALECIMIENTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LOS ALIMENTOS Y BEBIDAS EN LOS RESTAURANTES DEL CANTON LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA

4.1. PRESENTACIÓN

La presentación de un plan de fortalecimiento, tiene como objetivo el realizar una investigación en el cantón La Libertad, en el aspecto de la calidad del servicio y atención al cliente que se brinda en los restaurantes. Esto permitió obtener resultados favorables para la elaboración de un plan que consienta el incremento de turistas al cantón aumentando el desarrollo social-económico de la comunidad.

Es importante la intervención de autoridades asignadas al turismo de gestionar que se aplique el fortalecimiento y poder obtener los resultados positivos para convertirse en competitivos con los cantones de Salinas y Santa Elena, se realizaron entrevista y encuestas a personas involucradas para obtener información que ayude a identificar las problemáticas de un mal servicio o porque la poca afluencia de turistas, mediante un análisis FODA se obtuvo aspectos que fueron fundamentales para la metodología a utilizar buscando un mejor servicio y desarrollo que contemple lo económico desde el empleado hasta el cantón La Libertad.

Se busca un mejor servicio y atención al cliente que se vea reflejado en un desarrollo socioeconómico bueno, para direccionar a estos aspectos tiene que crearse una línea de estrategias claras como deben ser una buena la imagen del local, la misión que todo empleado debe saber y la visión que es donde apunta el propietario cumpliendo los objetivos para beneficio del cantón.

La realización de un plan de fortalecimiento permitirá alcanzar resultados positivos en mejorar la calidad del servicio sino que mejorará las condiciones de conocimiento del personal que luego serán transmitidas a su familia y para la sociedad, la implementación de este plan en los restaurantes ayudará al desarrollo turístico de La Libertad y en algunos aspectos como gastronomía, playa y comercio.

En cada proceso de la vida tiene que haber siempre un cambio, todo cambio es bueno, la planificación de fortalecer el área del servicio permitirá ser guía de cómo debe funcionar un restaurante interno y externamente que permite fusionar recursos que tiene el turismo, la organización por parte de los organismos gubernamentales juega un papel importante en la aplicación de este plan y con los programas que ellos tienen para obtener mayores resultados socioeconómicos, la tecnificación en el servicio y cambiar el nivel de educación, este plan da a revelar algunos aspectos negativos por parte de las autoridades en descuidar al área de la alimentación, mejorando o creando bases de datos que permitan llevar un control y mejoramiento de los establecimiento, el compromiso de las autoridades del cantón La Libertad también aportará al desarrollo de un mejor servicio de calidad y una buena atención a los turistas.

4.2. JUSTIFICACIÓN

La calidad del servicio en este tiempo es muy competitiva a nivel local y mucho más fuerte a nivel nacional que permite observar una evolución, La Libertad es considerada como el centro comercial de la provincia y aporta al país en lo económico con el refinamiento de petróleo, por muchos años se ha buscado la manera de que La Libertad sea un destino turístico por tener una playa que sea un referente para su desarrollo.

Es lamentable que por mucho tiempo ninguna autoridad allá gestionado mucho más allá de una capacitación a convertir un servicio en atractivo, ahora en nuestro medio tenemos empresas privadas grandes que puedan aportar con la implementación a los locales y capacitación al personal para el desarrollo

socioeconómico del cantón, queremos ser turísticos pero no direccionamos a lo turístico, hay autoridades que solo cumplen la planificación para poder elaborar su informe que justifique su cargo, otras autoridades apuntan a desarrollar planes de servicio básicos que no terminan en realizarlo porque su tiempo de mandato no les alcanza y necesitan una reelección, hay personas que no están en la posibilidades de ejercer un buen turismo pero lo hacen con su trabajo y que a la vez sirven como publicidad del cantón y son puntos de información turística a los visitantes, nadie es profeta en su propia tierra pero sí creo que podría aportar con el desarrollo en todos los aspectos a La Libertad.

Se puede comenzar a realizar trabajos en el servicio o atención al turista, que no se le dio la importancia en los gobiernos anteriores en turismo y que ahora a través de los organismos seccionales se los puede desarrollar para mejorar los niveles de conocimiento que hacen falta y competir.

El gobierno nacional ha activado ministerios que no tenían mucha aportación al desarrollo del país y de esta manera ha llegado a los cantones con las Direcciones Provinciales para tener el ánimo de ver como se realizan los proyectos olvidados y que motiven a los habitantes ver el progreso de su cantón, rescatando y mejorando la actividad turística y comercial que un día fue la ciudad de La Libertad.

Los restaurantes del cantón La Libertad, para que puedan mejorar sus servicios, primero, deberán los propietarios en, empezar en cambiar su manera de pensar y no sostener un conformismo, se debe pensar en un progreso que beneficiara a todos. Este cambio tendrá el apoyo de todas las personas involucradas en el turismo, para crecer juntos, para actualizar los métodos de funcionamiento y apertura más plazas de trabajo.

El cantón La Libertad no puede estar a expensas de los gobiernos de turno para mejorar las situaciones que estancan el desarrollo socioeconómico, hay que aportar con proyectos o participar de los proyectos ya presentados y que deben ser ejecutados, donde se podrá interactuar con las autoridades para ver las mejoras.

Para el mejoramiento de la calidad de servicio deben tomarse dos aspectos fundamentales para el desarrollo socioeconómico y el incremento de visitas al cantón, la preparación del personal en todos los aspectos sea este en economía, política, farándula, deportiva, etc., nos estamos refiriendo que el personal debe manejar una cultura general actualizada para interactuar con el cliente que son falencias en el cantón.

Esto permitirá mejorar la calidad del servicio y la calidad en la atención, dará más publicidad al establecimiento, mejora los ingresos, infraestructura, la calidad de vida del personal y la de su familia, aportara con buenas costumbres a la sociedad todas las personas involucradas en el desarrollo socioeconómico del cantón.

El plan de fortalecimiento debe comprometer a las autoridades locales, propietarios, empleados, empresa privada y ciudadanía al desarrollo de mejorar la atención al turista que visita La Libertad, esto permitirá ser competitivo entre ellos mismos y mejorar cada día o poner en práctica los conocimientos que ejecutan las autoridades.

El aporte de los ciudadanos del cantón La Libertad hacia el turismo, creará un cambio en el estilo de vida mejorado, que se verá reflejado en las personas, hogares, instituciones y dentro de toda nuestra sociedad por sus conocimientos.

4.3. PLAN DE FORTALECIMIENTO

El presente plan de fortalecimiento a los restaurantes del cantón La Libertad contiene aspectos que no se han tomado en cuenta por muchos años por parte de las diferentes autoridades competentes en el cantón que ayudarán a mejorar el servicio de alimentos y bebidas (A&B), recordar que es la capital económica de la provincia, está generando recursos como soporte a la economía en el sector de la gastronomía, convirtiendo a futuro en la denominada “Industria de la Hospitalidad”, desde sus inicios existe evidencia de establecimientos y negocios

dedicados a la alimentación y restauración como actividad remunerada en la sociedad peninsular.

Esta propuesta beneficiará de manera directa a los propietarios y demás personas que laboran en estos establecimientos de servicio y calidad al cliente en el cantón La Libertad, así como a los turistas, visitantes y moradores que utilizan el servicio. De igual manera se fortalecerá el Sistema Turístico en general, tanto de la localidad como de la región.

Este plan evaluará las condiciones de empleados y propietarios de los diferentes tipos de restaurantes del cantón La Libertad, para mejorar su desempeño internamente, por lo tanto los propietarios están en la obligación de apoyar al desarrollo de su personal en buscar nuevos estándares de calidad de servicio al cliente de esta manera se alcanzaran los objetivos y metas propuesto.

La elaboración de este plan se generó a través de una investigación en los diferentes locales de restauración en La Libertad, encontrando falencias en muchos aspectos que se deben convertir en fortaleza, el aspecto en la atención al cliente debe ser preparada de la mejor manera por los propietarios porque es direccionada al ser humano, donde se puede mencionar que se aplica en el buen vivir.

Los empleados presentan un nivel de estudio básico además un nivel económico bajo, conocimiento técnico como de cultura general, afectando el área laboral cumpliendo mecánicamente su funciones sin agregar algún aspecto personal para mejorar la atención, esto se ve reflejado ante la sociedad en su remuneración, para mejorar o cambiar su estilo de vida.

El segmento turístico de A&B del cantón La Libertad es de consideración para competir con los otros cantones, permitiendo la concepción y orientación de

medidas de fortalecimiento en aras de la tecnificación y profesionalización de sus componentes más importantes en el área de la restauración.

El estudio es pertinente ya que las autoridades no se han preocupado por la atención a los turistas locales, solo se han direccionado a la capacitación de personal que no ha dado ningún resultado hasta la presente fecha, se deberá preparar no solo en conocer el tema del servicio y la calidad, sino mejorar al personal en conocimiento técnico y cambiar el aspecto de implementación y acondicionamiento de los negocios.

4.4. Análisis Situacional

4.4.1. Análisis Interno

Los establecimientos de restauración del cantón La Libertad está en un desarrollo pausado de calidad en el servicio al turista, tomando en cuenta la atención al cliente que ofrecen, por cuanto los criterios de calidad - diferenciación se dan a la hora de entrar a competir y posicionarse de un destino, donde es preponderante y determinante el éxito, supervivencia o fracaso de los mismos. De ahí que la instalación, equipamiento, dotación, talento humano, sistemas administrativos - operativos, son obsoletos y de muy bajo nivel técnico, pueden ser un obstáculo en el posicionamiento de un mercado.

El servicio brindado por el personal de todos los locales de expendio de alimentos y bebidas de consumo humano en el cantón La Libertad tiene falencias en las diferentes posiciones de labor, no solo se trata de obtener una ganancia o salir del producto de alguna manera sin importar como o cuando se lo vende, sino que son parte del desarrollo turístico, socioeconómico, personal y empresarial.

Muchas ciudades han progresado o han surgido a través de los servicios complementarios convirtiéndolos en una atención de primer nivel como es el

alojamiento, la transportación, **alimentación**, artesanías, etc., es un indicador que con un buen servicio se crece en todos los aspectos.

4.4.1.1. La Oferta Turística

Se debe pensar desde ya que los restaurantes del cantón La Libertad son una oferta turística a nivel local y nacional que brinda una gran variedad de productos de consumo humano ya establecidos o por pedidos al gusto del cliente. El cantón La Libertad es reconocido por turistas nacionales y por personas que realizan turismo de negocios como son los comerciantes de víveres, visitantes médicos, distribuidoras de productos lácteos, licores, mercaderías.

La Libertad posee una oferta turística de playa y sol como de otros atractivos turísticos por ejemplo patios de comida, comedores populares y vendedores ambulantes que salen por la noche a ofrecer su variedad de platos y que produce un atractivo turístico nocturno ver a clientes locales y extranjeros consumiendo un plato de comida parado o sentado en un banco.

Por lo tanto, esto refleja que es una oferta turística en desarrollo, direccionado a la gastronomía donde deben aplicarse Buenas Manipulación de Alimentos, Normas Básicas de Calidad. Además es un indicador del desarrollo socioeconómico que se genera en el cantón. Desplegando un turismo a tiempo completo en alojamiento, transporte y alimentación para la buena atención al cliente.

El ingreso económico desarrollado en una temporada o anual se ve reflejada en las inversiones realizadas para mejorar los bienes y servicios que brindan los productores de ofertas turísticas que además ayuda al desarrollo de otras empresas que también se vuelven ofertas turísticas como solo los hoteles, restaurantes y movilización en los sectores conocidos como atractivos turísticos.

Existen 2 clases de oferta la básica y la complementaria:

Oferta Básica.- Están compuestas por aquellos bienes y servicios de carácter exclusivamente turísticos como agencias d viajes, alojamiento, transporte etc.

La oferta turística la podemos analizar como parte de un proceso básico, en donde las operadoras o agencias brindan lugares, atractivos, hoteles y restaurantes de calidad o exclusivos para el cliente, podemos decir que es la parte administrativa de la oferta turística. A esto se le suma los atractivos turísticos que solamente son ofrecidos por las mencionadas organizaciones de viajes, que promocionan una gama de paquetes turísticos para personas sencillas, parejas o en grupos.

Oferta Complementaria.- Está compuesta por atractivos turísticos, la actividad de visitar los atractivos o el desarrollo de alguna de estas como deportes, comercio, adrenalina etc., siempre serán complementadas con la alimentación sin importar el tipo de atractivo o se puede observar el servicio de restauración como una forma de turismo en cualquier parte del mundo sea como parte básica de las agencias o sea como parte complementaria en cualquier paquete turístico, que da la oportunidad de fidelizar clientes y formar el desarrollo socioeconómico esperado.

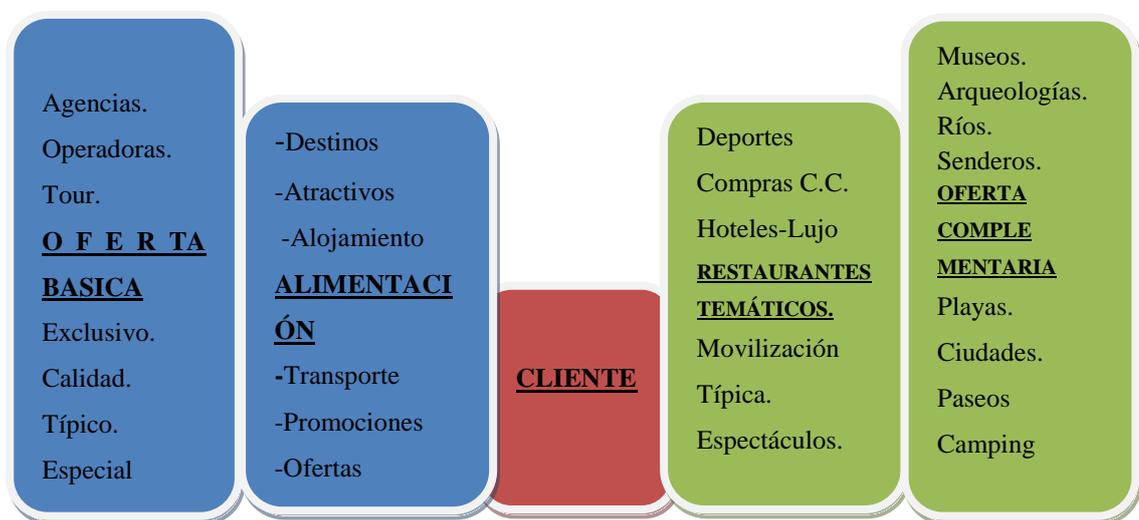
4.4.1.2. Inventario de Restaurantes

Las dependencias de turismo del cantón La Libertad, son responsable de recopilar información de los establecimientos en alimentos y bebidas existente además su clasificación y categorías como también la creación de una base de datos con información completa de los establecimientos que ayude al desarrollo turístico, La Libertad cuenta con 95.942 habitantes y en la Dirección Provincial de Turismo registran 56 locales para brindar un servicio y atención al cliente, mientras que en las otras dependencias no cuenta con ese tipo de información.

Es de importancia conocer con cuantos restaurantes existen en La Libertad, saber que tipos de servicio dan al cliente para direccionar los tipos de normas o buenas

prácticas y ver en qué condiciones se encuentran sus baños, además saber cuantos patios de comidas populares hay en el cantón para verificar en qué condiciones se encuentran laborando y hacer sus correcciones, también los establecimientos de comidas rápidas que prestan su servicio al público y ver la posibilidad de crear una base de datos para los triciclos que venden alimentos y bebidas por la noche como mini- restaurantes porque tienen la misma característica de un restaurant que brinda un servicio a los comensales.

ESQUEMA # 4 Del Servicio al Cliente para Restaurantes



Fuente: GOMEZ, HUMBERTO (2006)
ELABORADO POR: Barros A. (2.014)

Se observa en la gráfica que la oferta básica y en la oferta complementaria la alimentación es parte del desarrollo turístico, además que se puede convertir en un atractivo turístico dentro de las actividades o paquetes turísticos ofrecidos, que aporta al desarrollo turístico y que forma parte del itinerario.

Resaltando que los restaurantes son aportes de turistas para el desarrollo socioeconómico del cantón La Libertad si se le aplica un modelo de capacitación y un modelo de fortalecimiento a propietarios para su implementación y equipamiento al negocio como existe en nuestras provincias hermanas y en otros países como contribución al progreso.

4.4.2. Análisis Externo

El cantón La Libertad es considerado como un punto de desarrollo económico en la península de Santa Elena a nivel nacional reconocido por muchos años hasta la actualidad, y de compañías que han realizado todo tipo de negocio interno y externo a través de la distribución y ventas de diversos productos de consumo humano.

Se habla que en La Libertad se realiza un turismo de negocio más frecuente donde la parte complementaria es la alimentación que forma parte de un turista en su actividad o itinerario diario o semanal y que tiene que ser aprovechado de la mejor manera, se puede tener una variedad de platos típicos, populares, afrodisíaco y de alta gourmet pero si no se brinda una buena imagen acompañe el buen servicio al cliente de nada nos sirve producir los mejores platillos.

La Libertad cuenta con algunos atractivos turísticos conocido por los turistas pero no hay proyectos o programas que atraigan visitantes en cada temporada alta o baja, que puedan recibir un buen servicio en todos los aspectos turísticos como alojamiento, transporte y alimentación.

Se puede decir que los restaurantes del cantón La Libertad a través de una buena atención y servicio al cliente aportarían al desarrollo turístico y socioeconómico como también a la incrementación de la visita de turistas nacionales.

4.4.2.1. La Demanda Turística

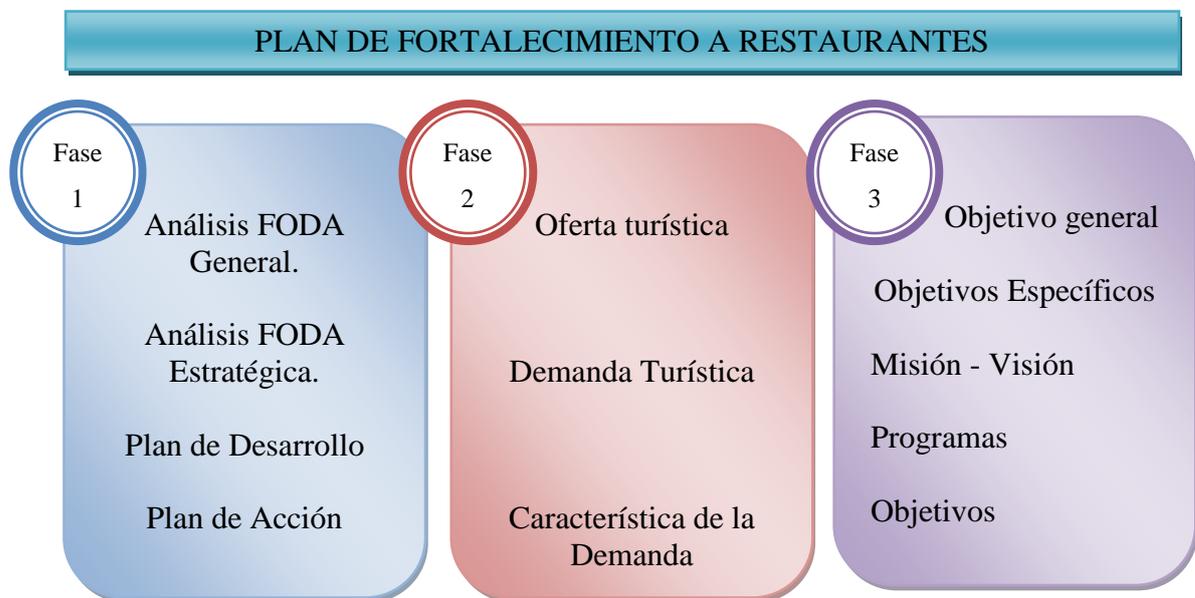
La demanda son consumidores que adquieren un bien o servicio que satisfaga sus necesidades llenado sus expectativas, ha esta actividad se denomina demanda.

Entre los bienes y servicios que son adquiridos por las personas encontramos la demanda turística. Este bien llamado turismo es muy complejo, pues está

formado por bienes y servicios que el turista consume durante la estadía fuera de su lugar de origen, los turistas consumen en hoteles, servicio de restauración, viajes, diversión, cultura etc., todo esto forman parte de la demanda turística.

La cantidad de servicios turísticos que ofrece el mercado es muy amplia y que los clientes al consumir crean una demanda de donde se desprenden muchos factores, considerando que para el turista el precio es muy significativo.

4.4.2.2. PLAN DE DESARROLLO DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO



Fuente: GOMEZ, HUMBERTO (2006)
ELABORADO POR: Barros A. (2014)

4.5. FODA ESTRATÉGICO

Se realizó un análisis interno y externo a los restaurantes del cantón La Libertad en su calidad del servicio y su atención al cliente, identificando cuáles son sus fortalezas como también sus oportunidades, de la misma manera se pudo obtener sus debilidades y sus amenazas, las misma que serán transformadas para mejorar la calidad del servicio y la atención a los turistas, este análisis va a permitir realizar un FODA Estratégico.

La elaboración de un Foda Estratégico ayudará y beneficiará los aspectos de las fortalezas existentes en los restaurantes. Además eliminar todas las debilidades que permitan un buen servicio de calidad, así también contrarrestar las amenazas que no permiten el apoyo en el desarrollo de los locales y socioeconómico del cantón, tomando en cuenta que con la nueva propuesta del Gobierno Nacional en el aspecto turístico y sus dependencias como son las Direcciones Provinciales se podría trabajar con las oportunidades de desarrollar proyectos o programas para beneficiar a trabajadores y propietarios y elaborar un plan de fortalecimiento en la calidad del servicio y atención al cliente en el cantón La Libertad.

4.5.1. Análisis Foda de Establecimientos de Restauración del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

ESQUEMA # 5 Análisis FODA

FORTALEZAS

- Materia Prima.
- Variedad de alimentos y bebidas al gusto.
- Ubicación de locales.
- Nobleza del personal.
- Precios accesibles.
- Actividad comercial.

OPORTUNIDADES

- Poca regulación en preparación de alimentos.
- Alta demanda de producto.
- Solicitar locales adecuados.
- Solicitar préstamos.
- Aumentar la cultura de comer en restaurantes.
- Cambios de temporada.

FUENTE: Restaurantes del cantón La Libertad.

ELABORADO POR: Barros A. (2014)

DEBILIDADES

- Espacio reducido.
- Capacitación a propietarios.
- Implementación del local.
- Imagen del personal.
- Caducidad de productos.
- Inconsistencia en el servicio.
- Mal ambiente de trabajo
- Capacitación en primeros auxilios, seguridad industrial y normas.

AMENAZAS

- Aumento de competencia.
- Fenómenos naturales.
- Pagos de impuestos.
- Competencia desleal.
- Control de plagas.
- Poco apoyo de autoridades y de empresas privadas.
- Inversión extranjera.

FUENTE: Restaurantes del cantón La Libertad.

ELABORADO POR: Barros A. (2.014)

La oportunidad que da el análisis FODA es de apreciar donde y como se pueden crear estrategias a través de un plan de acción de fortalecimiento en el servicio al cliente fusionando aspectos como la capacitación al personal y la implementación de una buena imagen al negocio con el acondicionamiento de todas sus áreas para aplicar las normas y estándares sanitarios.

El análisis realizado abre la oportunidad de mejorar falencias en el servicio y la atención al cliente en el cantón La Libertad, así también mejorar la misión y visión en el aspecto turístico para ser competitivo en la provincia y a nivel nacional con una nueva imagen del personal y presentación de los restaurantes en su infraestructura.

CUADRO 3 FODA Estratégico

FACTORES	FORTALEZA	DEBILIDADES
<p>INTERNOS</p> <p>EXTERNOS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Materia Prima. 2. Variedad de alimentos y bebidas al gusto. 3. Ubicación de locales. 4. Precios accesibles. 5. Actividad comercial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Espacio reducido. 2. Capacitación a propietarios y empleados. 3. Imagen del personal. 4. Falta de atención. 5. Caducidad de productos. 6. Inconsistencia en el servicio. 7. Mal ambiente de trabajo 8. Mala aplicación de normas.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ul style="list-style-type: none"> - Poca regulación de preparación de alimentos. - Alta demanda de producto. - Solicitar locales adecuados. - Solicitar préstamos. - Cambios de temporada. 	<p>F1, O2 capacitar en servicio y atención.</p> <p>F2, O1 aplicar normas de calidad.</p> <p>F3, O3 mejoramiento de locales.</p> <p>F4, O5 promoción y publicidad del cantón.</p> <p>F5, O4 inversión para el negocio.</p>	<p>D1, O3 creación de nuevos locales.</p> <p>D6, O2 abrir plazas de trabajo.</p> <p>D4, O5 fidelizar al cliente.</p> <p>D5, O1 control con los proveedores.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ul style="list-style-type: none"> - Aumento de competencia. - Fenómenos naturales. - Inflación en productos. - Pagos de impuestos. - Competencia desleal. - Difamación. - Control de plagas. - Poco apoyo de autoridades y empresas privadas. 	<p>F1, A3 variedad en proveedores.</p> <p>F2, A5 establecer precios y exhibirlos.</p> <p>F3, A4 mejor atención de autoridades.</p> <p>F4, A1 crear una base de datos para control.</p> <p>F5, A6 aumentar la publicidad de los restaurantes y patios de comida.</p>	<p>D1, A7 elaboración de cronograma de limpieza.</p> <p>D2, A8 ejecutar plan de capacitación.</p> <p>D6, A5 cursos de motivación al personal.</p>

Elaborado por: Barros A. (2014).

4.6. OBJETIVOS DEL PLAN

4.6.1. Objetivo general

Fortalecer la calidad de servicio y la atención al cliente en alimentos y bebidas en los restaurantes del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena a través de un plan de fortalecimiento mejorando el desarrollo socioeconómico del cantón.

4.6.2. Objetivos específicos

- Evaluar el nivel de conocimiento del personal, propietario e involucrado en el servicio al cliente mediante encuestas en los restaurantes.
- Determinar la aplicación de normas de higiene mediante encuestas a personal y propietarios.
- Determinar proyectos o programas gubernamentales de turismo a restaurantes mediante entrevistas.
- Cuantificar las condiciones de infraestructura invertida en establecimientos de restauración.

4.7. MISIÓN

Obtener un servicio de calidad en los restaurantes de todos los tipos, a través de condiciones y normativas de calidad para el desarrollo turístico del cantón La Libertad.

4.8. VISIÓN

Que el plan de fortalecimiento en la calidad del servicio a restaurantes del cantón La Libertad sea considerado como un modelo en los otros cantones de provincia de Santa Elena y a nivel nacional.

4.9. VALOR CORPORATIVO.

Crear firmemente en un trabajo basado en la ética, la honestidad, la responsabilidad, compromiso, entrega, mantener de la identidad cultural y la mayor profesionalización posible de todos los prestadores de servicio. La motivación, formación y promoción estén continuamente en los restaurantes del cantón La Libertad.

4.10. EL CLIENTE

En el servicio y la atención al cliente se habla de consumo de un producto o servicio tangible e intangible desde hace miles de años. Tiene que verse algunas formas que ayuden a fundamentar la actividad de servir y optimizar la asistencia al consumidor como un plan, programación, estrategias o planificación que agradarán al cliente en todos los aspectos poniendo a este como unos de los contribuyentes más valioso de la empresa. El cliente por encima de todo es a quien debemos tener presente antes de nada.

La posición que le damos al cliente es muy importante, recordemos que es quien aporta con su presencia en el local dándole un realce de aprecio y preferencia, aporta con un porcentaje económico de consumo que entra a ser registrada en las estadísticas de la empresa, aporta con el reconocimiento del servicio dejando un valor llamado propina, aporta con sugerencias y opiniones, son estas y muchas más las razones porque el cliente tiene que estar en un nivel de favoritismo en nuestra organización.

No hay nada imposible para el negocio, cuando el cliente a veces solicita cosas casi imposibles, pero con un poco de esfuerzo y ganas, puede conseguirlo lo que el cliente desea. La capacidad de resolución en el negocio con los clientes es de mucha importancia, no solo cumplir las expectativas o satisfacer las necesidades al cliente.

Sería un gran error regresar al cliente y decirle que no, hay que tomar en cuenta que existen clientes de diferentes tipos de nivel social pero todos son clientes y que todos son importantes en la atención como consumidores y mucho más si son usuarios locales pero hay empleados que sirven a un cliente por su forma de vestir o de hablar creando una discriminación local en la calidad del servicio.

El cliente en el cantón La Libertad es muy observador y se comunica mucho con su seres allegados por la ideología o costumbre que aun no se pierde, eso indica que es un medio de publicidad para el restaurante en caso de recibir una buena atención como cliente o turista local, además darnos un buen trato como hermanos locales. Hay que cumplir con todo lo que se promete en el restaurante, ¿qué pasaría si el cliente se da cuenta que le miente?

Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle más de lo que espera. Cuando el cliente se siente satisfecho al recibir más de lo esperado ¿Cómo lograrlo? Conociendo muy bien a nuestros clientes enfocándonos en sus necesidades y deseos. Para el cliente hay que marcar la diferencia, las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso haría la diferencia en el cantón La Libertad y los demás cantones.

La atención en el momento de que llega el cliente al establecimiento hace una gran diferencia, el cliente es el que va a percibir, observar, constatar todo lo que demuestra el personal al momento de recibirlo.

Desde allí se va observando la calidad de servicio, la relación cliente-mesero o cliente-empleado marcar una gran diferencia en la competencia, puede marcar el rumbo de un negocio, puede marcar la esperanza del recurso humano de la empresa y la decisión de un cliente puede marcar a todo el negocio.

Fallar en un punto del servicio es fracasar ante el cliente en todo el proceso, la atención debe ser buena desde la entrada y salida del cliente en el negocio, dentro del funcionamiento del servicio al cliente en cualquier tipo de negocio, el servicio o la atención juega un papel importante como también la estrategia o lo planificado.

Hay ocasiones en que el cliente necesita compartir algún detalle de su vida siendo este de importancia o no, la referencia es disponer de tiempo y paciencia para poder receptar del usuario un sentimiento y que espera una respuesta positiva para sentirse escuchado. Darle al cliente todos los aspectos considerados dentro de la atención es proporcionar un valor al consumidor por su preferencia, su visita de temporada, por negocio, por el producto y más por su lealtad.

4.11. LA CALIDAD.

La calidad es un conjunto de aspectos y características de un producto o servicio, para satisfacer las necesidades expresadas por clientes que no han sido atendidas por ninguna otra empresa. La calidad es un nivel de excelencia, toda empresa proporciona calidad cuando su producto o servicio supera o iguala las expectativas de los consumidores, los establecimientos de restauración al satisfacer con la mayoría de las necesidades del cliente están dando calidad.

4.11.1. La Calidad del Servicio.

Hay dos tipos de calidad: la calidad externa, es satisfacción a los clientes. El beneficio de la calidad externa es brindar productos o servicios que satisfagan las expectativas del cliente para la lealtad con el cliente y de esta manera competir en el mercado. Los favorecidos por calidad externa son los clientes y los turistas. Por lo tanto, este tipo de procedimientos es escuchar a los clientes y también debe permitir que se consideren las necesidades implícitas que los clientes no expresan.

La calidad interna, que corresponde al mejoramiento de la operación interna de los restaurantes del cantón La Libertad. La intención de la calidad interna es realizar medios que permitan la mejor descripción de la organización y detectar y limitar los funcionamientos incorrectos. Los beneficiarios de la calidad interna son los propietarios y los empleados de los negocios. La calidad interna generalmente ayuda a la participación del personal y mejora los procesos internos.

La limpieza y la higiene debe aplicarse al máximo en todos los establecimientos de restauración, donde se guardan, manipulan, elaboran y se sirven los alimentos además los equipos, maquinarias, utensilios e instalaciones que tienen contacto con los alimentos, deben cumplir con una serie de normas que garanticen la salubridad del producto y del establecimiento evitando cualquier efecto en el cliente.

Dentro de la calidad podemos mencionar que deben implementarse normas de calidad que exijan el cumplimiento del propietario y del personal mejorar la calidad del servicio en infraestructura y operacionalización, los negocios de restauración podrían empezar a considerar como base mínima y aplicarla en su totalidad para sus funciones del Reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados donde encontramos condiciones establecidas para el personal y condiciones de instalación del local.

4.11.2. Atención al Cliente.

La atención al cliente es la parte fundamental en la venta de un producto o servicio, para eso se realiza un análisis del personal que se va a requerir en las diferentes áreas y más con el personal que va a brindar un servicio de calidad, para comenzar a trabajar en la selección, capacitación y formación del personal. Es de importancia trabajar en los meseros que son parte directa del servicio y la atención al cliente.

Es de importancia la capacidad del personal en la atención al cliente porque de ellos se va a receptor reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional y el personal tiene que tener todas las respuestas a las inquietudes del cliente como parte de una buena atención.

El personal de los restaurantes del cantón La Libertad recibirá capacitación de las autoridades o ministerio local en la formación técnica de atender a un cliente, para incrementar el turismo a través de un buen servicio de calidad en la atención; esta capacitación se la puede extender a propietarios de comedores, kioscos y vendedores ambulantes que son parte del desarrollo del cantón.

4.12. PLAN DE FORTALECIMIENTO EN EL SERVICIO AL CLIENTE.

El plan de fortalecimiento ayudará a mejorar las condiciones personales de los empleados de los restaurantes y comedores como de los propietarios del cantón en obtener más conocimiento de cómo mejorar la calidad del servicio y aportar al desarrollo turístico de La Libertad, los meseros deben dar una imagen al negocio de cambio y aplicar los conocimientos técnicos para el buen servicio de calidad además las buenas condiciones de infraestructura direccionado a la presentación de los baños que es parte de la implementación de normas.

Se puede definir que la calidad del servicio tiene dos diferencias una es la expectativa que acompaña al cliente que antes se conocía como necesidades y la otra se llama percepción que es recibida por parte del cliente y que es conocida como servicio o atención al cliente.

Estos dos aspectos dan la pauta de desarrollar un plan de fortalecimiento conociendo el nivel de capacidad que tienen los empleados para dar un servicio a través de la calidad y la atención al cliente agregando su carisma como funciona esto es muy sencillo, al momento que el empleado o mesero brinda la atención al

cliente, tiene que ser suministrada en una elevada calidad que va a cubrir las expectativas del consumidor.

El personal tiene que ser seleccionado o capacitado a un nivel técnico en conocimientos en todas las áreas, es de importancia el grado de preparación de los empleados y propietarios en la calidad del servicio, los cambios siempre serán para mejorar y en el cantón ya es hora de comenzar a establecer parámetros que lleguen a cumplir los objetivos propuestos para el beneficio de toda la comunidad.

Pero todo esto se hace sencillo con una buena capacitación del tema servicio de calidad y atención al cliente, fortaleciendo al personal con consejos o mensajes de cultura general, principios morales, responsabilidad familiar y laboral, todo esto hace que el empleado amplíe su conocimiento y crear un interés de progreso personal y empresarial.

El desarrollo de un buen servicio al cliente debe partir de la selección del personal, el plan de fortalecimiento permite una evaluación de conocimiento al personal de los restaurantes o comedores para desde allí empezar la mejoría o corrección del servicio e implementar o utilizar las normas que servirán para la preparación y manipulación de los alimentos hasta el momento.

Esto provocará un efecto primero en los clientes internos al ver la importancia que ellos significan para la empresa y luego a los clientes externos que ayudará al desarrollo de la empresa, incrementando la publicidad a través de los clientes por la buena atención recibida de una manera muy diferente, opinando y recomendando a los amigos, familiares de la asistencia del personal.

Dentro del fortalecimiento tenemos la utilización de estándares de calidad como son las Buenas Prácticas de Manejo de Alimentos que muy poco se utiliza o no se las conocen en los restaurantes del cantón La Libertad y que tampoco son

recordadas al personal por aquellos establecimientos que la utilizan que solo la tienen para cumplir como requisito.

Los mejoramientos que se realicen, siempre serán buenos, al principio todo cambio es incómodo pero a la final tiene su recompensa, beneficio y su satisfacción, se pueden mejorar los estándares de preparación y manipulación de los alimentos como plan de fortalecimiento, mejorar la actitud de servicio, mejorar el ambiente de trabajo, mejorar en cuidar el instrumento de la empresa, todo esto permite un desarrollo empresarial.

Se conoce que un personal capacitado es primordial para la empresa y permite un progreso interno además permite ser mejor ciudadano para la comunidad, la capacitación es llevada a la familia con la esposa e hijos, ósea un mejor trato y una mejor comunicación conyugal, en estos tiempos hay que combinar o fusionar las actividades para que den mejores resultados y en esta ocasión se solicita la implementación de normas establecidas a nivel internacional para el fortalecimiento de los restaurantes en la calidad de servicio.

Además se debe fortalecer el desarrollo de los restaurantes en corto plazo con la implementación de estándares de calidad ya establecidos y que sean controlados por las autoridades pertinentes en mantener los estándares básicos y avanzar con la aplicación de las normas ISO que garantizan un servicio de calidad y buena atención al cliente como lo hacen los hoteles de cinco estrellas a nivel mundial.

Se puede tomar en cuenta que dentro del plan de fortalecimiento se considera la imagen del personal y del negocio, esto se refiere que el propietario tiene que realizar una inversión en algunos aspectos tales como uniformes, transporte al personal dependiendo del horario de trabajo, imprevisto, el propietario tiene que prever cualquier situación.

La tecnificación al personal incluida en el plan de fortalecimiento, hace que vaya a de la mano con la imagen del restaurante, debe tener sus instalaciones limpias y en buen estado, el gobierno empezó una campaña en el año 2012 de baños limpios a nivel nacional donde todo establecimiento turístico, de consumo humano y gasolineras deben tener su baño en óptimas condiciones, el gobierno presentó un listado de los requerimientos que debe tener un baño, que esto forma parte del plan de fortalecimiento, mejoramiento y tecnificación en los restaurantes del cantón La Libertad.

Se sugiere que la capacitación por parte de la Dirección Provincial de Turismo se notifique e inscribir a todo el personal de restaurantes como personal de venta de alimentos y bebidas de atención al cliente, aplicar el reglamento básico de “Buenas Prácticas de Manejo de Alimentos” sometiéndose a cumplir en su totalidad para mejorar la calidad, la implementación y acondicionamiento de los baños, estipulado en el decreto presidencial # 1283 en el día 21 mes de noviembre del año 2012, “Campaña de Baños Limpios”.

Todo empleado de restaurante y de otras empresas que procesan alimentos debe realizar un curso de buenas prácticas de manufactura para poder laborar en el área que sea asignado para preparación de alimentos y recibir un certificado de la capacitación o curso realizado y haberlo aprobado esto garantiza la calidad en el servicio y el producto a ofrecer.

La capacitación en buenas prácticas de manufactura para el personal nos da la pauta de dar un paso al cambio y la mejoría en la calidad del servicio además se está fortaleciendo los niveles de conocimiento de los propietarios y líderes del negocio, como también se está tecnificando al personal en los aspectos de formación profesional con la aplicación de reglamento establecido por parte del ministerio de salud.

4.13. PLAN DE ACCIÓN DE FORTALECIMIENTO A PERSONAL Y PROPIETARIOS DE RESTAURANTES DEL CANTÓN LA LIBERTAD.

PLAN DE ACCIÓN PARA RESTAURANTES.			
Problema principal: Escaso conocimiento de la calidad del servicio y acondicionamiento de restaurantes en el cantón La Libertad.			
Fin del proyecto:		Indicadores:	
Implementar un plan de fortalecimiento en la calidad del servicio en los restaurantes del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena.		-Gremios o asociaciones establecidas y registradas en la Dirección provincial de Turismo y Dirección Municipal de Turismo. -Encuestas y entrevistas para conocer el nivel de conocimiento de oficio.	
Fin del proyecto:		Indicadores:	
Implementar un plan de fortalecimiento a los empleados y propietarios de restaurantes del cantón La Libertad en la calidad del servicio con normas y estándares establecidos por la ley, además el acondicionar los establecimientos cumpliendo las campañas.		-Conocer la participación de Autoridades turísticas. -Apoyo de las Empresas Privadas. -Número de empleados dispuesto a capacitarse. -Número de Propietarios dispuesto a capacitarse e invertir.	
PLAN	OBJETIVOS:	ESTRATEGIAS:	ACTIVIDADES:
Fortalecimiento en la calidad del servicio y atención al cliente a empleados y propietarios de restaurantes del cantón La Libertad.	Evaluar la calidad de servicio en la atención del cliente, mediante un análisis al personal y establecimientos de restauración a través de un plan de fortalecimiento, para buscar un desarrollo socioeconómico en el área de turismo del cantón La Libertad.	-Evaluación mínima dos veces al año al personal basado en su nivel de conocimiento de servicio al cliente de Buenas Prácticas de Alimentos. -Aplicación de Buenas prácticas de Manejo de alimentos. -Aplicación de normas básica ISO. -Utilizar el programa de Campaña de Baños Limpios del gobierno en implementación de baños. -Inversión a establecimientos por parte de los propietarios. -participación de las empresas privadas.	-Determinar el orden de prioridad para fortalecer los conocimientos en servicio al cliente en el mes que corresponda. -Promover a todos los involucrados de una manera sencilla, ágil y oportuna a la participación de fortalecer los conocimientos.

ELABORADO POR: Barros A. (2.014)

4.14. PLAN DE FORTALECIMIENTO

PLAN DE FORTALECIMIENTO EN RESTAURANTES			
PROGRAMA: APLICACIÓN DE NORMAS PARA LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL ÁREA DE RESTAURACIÓN			
PROYECTO	OBJETIVOS	FECHA DE EJECUCION	PRESUPUESTO
Buenas Prácticas de Manejo de Alimentos procesados	Garantizar la manipulación de los alimentos desde su selección, transportación, entrega, procesamiento, preparación y elaboración como producto.	Se realizará acorde al cronograma de capacitación y actividades anual establecido por la Dirección Provincial de Turismo 2.015	Presupuesto para fortalecer la calidad del servicio en los restaurantes del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena es de \$. 1585,80
Normas de calidad ISO	Aplicar los lineamientos y patrones de eficiencia establecidos como ley en los establecimientos de manejo de alimentos como también los propietarios y personal del negocio para brindar un servicio de calidad al cliente y mantener una imagen de calidad en infraestructura.	Se realizará acorde al cronograma de capacitación y actividades anual establecido por la Dirección Provincial de Turismo 2.015	Presupuesto para fortalecer la calidad del servicio en los restaurantes del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena es de \$. 1585,80
Campaña de Gobierno “Baños Limpios”	Los establecimientos de consumo humano y gasolineras, implementaran y acondicionarán baños de primera categoría como atractivos, cumpliendo las condiciones establecida en la ley.	Se realizará acorde al cronograma de capacitación y actividades anual establecido por la Dirección Provincial de Turismo 2.015	Presupuesto para fortalecer la calidad del servicio en los restaurantes del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena es de \$. 1585,80

ELABORADO POR: Barros A. (2.014)

Programa 1.

Reglamento de Buenas Prácticas para Alimentos Procesados.

Evaluación mínima dos veces al año al personal y propietarios basado en su nivel de conocimiento en la calidad del servicio y atención al cliente, Buenas Prácticas

de Manejo de Alimentos Procesados, Normas Básicas ISO, corrección de inconvenientes con clientes y del personal.

Objetivo 1.1.

Garantizar la manipulación de los alimentos por parte del personal de los establecimientos de alimentos y bebidas desde su selección o compra, transportación, entrega, almacenamiento, solicitado, procesamiento, preparación y elaboración como producto.

Actividades 1.2.

- ✓ Realizar las capacitaciones de Buenas Prácticas de Manejos de Alimentos.
- ✓ Evaluar al personal sobre el buen manejo de alimentos y bebidas.
- ✓ Control y Dirección al personal sobre la Calidad del Servicio.
- ✓ Clasificar los establecimientos de alimentos y bebidas para capacitación.

Programa 2.

Normas de calidad ISO

La aplicación de Buenas Prácticas de Manejo de Alimentos Procesados más la aplicación de normas básica ISO en restaurantes del cantón La Libertad.

Objetivo 2.1.

Aplicar los lineamientos y patrones de eficiencia establecidos como ley, en los establecimientos de manejo de alimentos como también los propietarios y personal del negocio para brindar un servicio de calidad al cliente y mantener una imagen de calidad en infraestructura.

Actividades 2.2.

- ✓ Clasificar los establecimientos de alimentos y bebidas para capacitación.
- ✓ Realizar capacitación de Normas Básicas ISO al personal de restauración.
- ✓ Evaluar al personal sobre el buen manejo de las Normas Básica ISO.
- ✓ Control y Dirección al personal sobre la Calidad del Servicio y Atención.

Programa 3.

“Campaña de Baños Limpios”

Utilizar el programa de “Campaña de Baños Limpios” del Gobierno Nacional en implementación de baños de primera categoría, inversión a establecimientos por parte de los propietarios en acondicionamiento y participación de las empresas privadas.

Objetivo 3.1.

Los establecimientos de consumo humano y gasolineras, implementarán y acondicionaran baños de primera categoría como atractivos, cumpliendo las condiciones establecida en la ley.

Actividades 3.2.

- ✓ Realizar capacitación en la campaña de gobierno “Baños Limpios” a propietarios de restaurantes y gasolineras.
- ✓ Visitas a establecimientos de restauracion para inventariar condiciones de baños e implementación.
- ✓ Control de mantenimientos a baños en negocios y gasolineras para servicios.
- ✓ Visita a establecimiento para cumplir condiciones en la ley.

4.15. PROGRAMAS Y PROYECTOS

LINEA ESTRATÉGICA / PROGRAMA		Plan de Fortalecimiento en restaurantes del cantón La Libertad												Responsable	Presupuesto	Fuente de Financiamiento	Prioridad	Plazo
2015		2015		2016		2017		2018		2019								
Proyecto	Acciones	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S	1S	2S							
Buenas Prácticas de Manejo de Alimentos procesados	Realizar las capacitaciones de Buenas Prácticas de Manejos de Alimentos.	x	x										Dirección provincial de Turismo	528,60	La Dirección Provincial de Turismo, Departamento de Municipio de La Libertad podrán desarrollar este proyecto como aporte y desarrollo a la comunidad.	Alta	Corto	
	Control y Dirección al personal sobre la Calidad del Servicio.	x	x										Dirección provincial de Turismo					
Normas de calidad ISO	Realizar capacitación de Normas Básicas ISO al personal de restauración.	x	x										Dirección provincial de Turismo	528,60				
	Evaluar al personal sobre el buen manejo de las Normas Básica ISO.	x	x										Dirección provincial de Turismo					
	Clasificar los establecimientos de alimentos y bebidas para capacitación.	x	x										Dirección provincial de Turismo					
Campaña de Gobierno “Baños Limpios”	Realizar capacitación en la Campaña de Gobierno Baños Limpios a Propietarios de Restaurantes y Gasolineras.	x	x										Dirección provincial de Turismo	528,60				
	Control de Mantenimientos a baños en negocios y gasolineras para servicios.	x	X										Dirección provincial de Turismo					

4.16. PRESUPUESTO DE FORTALECIMIENTO EN LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA ATENCION AL CLIENTE, A PROPIETARIOS Y EMPLEADOS DE RESTAURANTES DEL CANTON LA LIBERTAD PROVINCIA DE SANTA ELENA.

NÚMERO DE PARTICIPANTES	Restaurantes Inscritos en la Dirección Provincial de Turismo, Gremios, Asociaciones y Otros.
NÚMERO DE HORAS	12 Total
JORNADAS	4 Horas por Día
NÚMERO DE DÍAS	3
DESARROLLO DE TEMÁTICA	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al turismo Buena Practicas de Manejos de Alimentos. • Normas Básicas de Calidad ISO. • Aplicación de Campaña de Baños Limpios.
METODOLOGÍA DEL CURSO	<ul style="list-style-type: none"> • Participativa, explicativa y expositiva que permita a los participantes desarrollar sus conocimientos y fortalecer las destrezas y habilidades. • Prácticas y ejemplos de aplicación con los participantes. • Evaluación del taller a cargo del facilitador y retroalimentación de la información proporcionada.

DESCRIPCIÓN	COSTOS (UNIDAD)	TOTAL US \$
Facilitador	1	480
9 Marcadores pizarra líquida (azul, verde y rojo)	1.00	9.00
1 resma de papel bond A4	3.50	3.50
30 pliegos de papelógrafos	0.30	9.00
1 cintas masking	0.70	0.70
168 plumas negras bic	0.25	42.00
168 carpetas manilas (apuntes)	0.20	33.60
168 certificados	1.50	252.00
Coffee break (168 participantes por día x 3 días)	1.50	756.00
TOTAL		1.585.80

TOTAL = US \$ 1.585.80

CONCLUSIONES

- El presente trabajo ayudó a demostrar que en los restaurantes del cantón La Libertad de la provincia de Santa Elena se debe aplicar a la atención al cliente normas de calidad para el crecimiento turístico y socioeconómico.
- Las autoridades competentes de turismo del cantón La Libertad no han desarrollado el interés por mejorar la calidad del servicio en los restaurantes, no obstante ellos han aprovechado el apoyo de los proveedores y será mucho más beneficioso por parte de las empresas privadas en caso de ser necesario.
- Los propietarios y personal que laboran en los restaurantes están prestos a ser parte del plan de fortalecimiento en la calidad del servicio entendiendo que aumentaría el turismo y la economía en diferentes aspectos.
- Para el desarrollo del plan de fortalecimiento se debe incluir una Norma de Calidad, las Buenas Prácticas de Manejo de Alimentos y una campaña de implementación de Baños Limpios, en la capacitación propuesta por la Oficina Técnica de Turismo anual o proponer que la realice el municipio de La Libertad o alguna entidad privada.
- La incidencia de los Gremios o Asociaciones y personal involucrado en la Calidad del Servicio va a ser fundamental en la aplicación del Plan de Fortalecimiento para no crear niveles de competencia en los restaurantes.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda un control a los propietarios de los restaurantes y autoridades de turismo del cantón La Libertad para estar pendientes que las Normas de Calidad sean aplicadas en el servicio al cliente.
- Es recomendable que se realicen inspecciones por parte de las entidades públicas para verificar las mejorías de la calidad del servicio, además recordar, recomendar y aportar en todos los cambios que sean necesarios que ayuden al desarrollo turístico en los restaurantes.
- Es primordial que el Plan de Fortalecimiento en la atención al cliente sea desarrollado por parte de la Dirección Provincial de Turismo, Municipalidad del cantón La Libertad o Empresa Privada para que ninguna persona que brinde esta atención desconozca las Normas de Calidad.
- La preparación a propietarios y empleados de los restaurantes del cantón La Libertad en la aplicación de las Normas de Calidad debe ser dirigida o guiada por personal que conozca el tema referente a la atención al cliente.
- El Plan de Fortalecimiento debe ser proyectado a todas las personas que ofrecen un servicio de atención al cliente en todas las categorías de alimentos y bebidas, concienciando la calidad del servicio, el desarrollo turístico y socioeconómico del cantón La Libertad.

BIBLIOGRAFÍA

Abaza, Shirley <http://es.scribd.com/doc/95560620/Definicion-de-metodo-deductivo> 2012

Abellan, Francisco Cebrian <http://es.scribd.com/doc/95560620/Definicion-de-metodo-deductivo> 2008

Aldea21 [www.buenastareas.com-ensayos-tipos de clientes](http://www.buenastareas.com-ensayos-tipos-de-clientes) 2012

BERVELY ROKES, (2003) edmasa s.a. impresiones México editorial Miguel Ángel Toledo castellanos.

BASSAT, L. (2013). El libro rojo de la publicidad, Barcelona: Editorial Debolsillo.

COMERCIO, C. (2010). ATENCIÓN AL CLIENTE, editorial vertice Málaga.

CALIDAD EN EL SERVICIO AL CLIENTE, (2008) editorial vertice.com Málaga.

CALIDAD TOTAL EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE, ideaspropias editorial, Vigo, 2006

CARPENTER, D. (2013). La Promoción del 49. Madrid: Editorial Gallo Nero.

CORBETTA, P. (2007). Metodología y técnicas de investigación social. Madrid: Editorial McGraw-Hill/Interamericana de España S.A.

Espinoza, Andrea, www.monografia.com.definiciones-importancia

ECONOMÍA Y TURISMO, (2004) Mc Graw Hill interamericana de España.

FERRE, J. (2007). Investigación de mercados estratégica: Como utilizar de forma inteligente la información de los estudios de mercado, Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

HERNÁNDEZ, R. (2007). Fundamentos de la metodología de la investigación. Madrid: Editorial McGraw-Hill/Interamericana de España S.A

Jackson, Jo [www.ehowenespañol.com-tipos de servicios-restaurantes](http://www.ehowenespañol.com-tipos-de-servicios-restaurantes)

Couso, Renata Paz Atencion al Cliente 2007 Vigo, España Ideaspropias Editorial Vigo,

López, Diego El sistema turístico en el desarrollo socioeconómico 2005 Nicaragua

LERMA, H. (2009). Metodología de la investigación, Bogotá: Ediciones Ecoe.

MÉNDEZ, C. (2006). METODOLOGÍA, Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales, Bogotá: Editorial Limusa S.A.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: Propuesta, anteproyecto y proyecto, Héctor Daniel Lama 3era. Edición ECOE Colombia 2004

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN para Administración y Economía, Cesar Augusto Bernalt Torres, Santa Fe Bogotá 2005

METODOLOGÍA, DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN, Calos Eduardo Méndez, Bogotá Colombia, 2006.

Thompson, Ivan www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html

TÉCNICAS DE SERVICIO AL CLIENTE, (2003) Thompson paraninfo s.a. España.

WWW.WIKILEARNING.COM/CURSO_GRATIS/la_administracion_de_recurso_s_humanos-modelo_de_un_plan_de_capacitacion/15947-56

WWW.MSDNCUENCA.COM/CERTIFICACION100/PlandeCapacitacion/tabid/95/Default.aspx

DIRECCIÓN PROVINCIAL DE TURISMO Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena Información de presupuesto y cronograma de capacitación. Viernes 10 de Enero del 2014.

ANEXOS

**ANEXO N° 1 Aplicación del reglamento de buenas prácticas para alimentos
procesados.**

Decreto Ejecutivo 3253, Registro Oficial 696 de 4 de Noviembre del 2002.

Gustavo Noboa Bejarano

PRESIDENTE CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA.

Considerando:

Que de conformidad con el Art. 42 de la Constitución Política, es deber del Estado garantizar el derecho a la salud, su promoción y protección por medio de la seguridad alimentaria;

Que el artículo 96 del Código de la Salud establece que el Estado fomentará y Promoverá la salud individual y colectiva;

Decreta:

Expedir el REGLAMENTO DE BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA PARA ALIMENTOS PROCESADOS.

TITULO I

CAPITULO I

AMBITO DE OPERACIÓN

Art. 1.- Las disposiciones contenidas en el presente reglamento son aplicables:

- a. A los establecimientos donde se procesen, envasen y distribuyan alimentos.
- b. A los equipos, utensilios y personal manipulador sometidos al Reglamento de Registro y Control Sanitario, exceptuando los plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, a los cosméticos, productos higiénicos y perfumes, que se regirán por otra normativa.
- c. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envasado, empacado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

d. A los productos utilizados como materias primas e insumos en la fabricación, procesamiento, preparación, envasado y empacado de alimentos de consumo humano.

El presente reglamento es aplicable tanto para las empresas que opten por la obtención del Registro Sanitario, a través de la certificación de buenas prácticas de manufactura, como para las actividades de vigilancia y control señaladas en el Capítulo IX del Reglamento de Registro y Control Sanitario, publicado en el Registro Oficial No. 349, Suplemento del 18 de junio del 2001. Cada tipo de alimento podrá tener una normativa específica guardando relación con estas disposiciones.

TÍTULO II

CAPITULO ÚNICO

DEFINICIONES

Art. 2.- Para efectos del presente reglamento se tomarán en cuenta las definiciones contempladas en el Código de Salud y en el Reglamento de Alimentos, así como las siguientes definiciones que se establecen en este reglamento:

Alimentos de alto riesgo epidemiológico: Alimentos que, en razón a sus características de composición especialmente en sus contenidos de nutrientes, actividad de agua y pH de acuerdo a normas internacionalmente reconocidas, favorecen el crecimiento microbiano y por consiguiente cualquier deficiencia en su proceso, manipulación, conservación, transporte, distribución y comercialización puede ocasionar trastornos a la salud del consumidor.

Ambiente: Cualquier área interna o externa delimitada físicamente que forma parte del establecimiento destinado a la fabricación, al procesamiento, a la preparación, al envase, almacenamiento y expendio de alimentos.

Buenas Prácticas de Manufactura (B.P.M.): Son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan los riesgos inherentes a la producción.

Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura: Documento expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con todas las disposiciones establecidas en el presente reglamento.

Contaminante: Cualquier agente químico o biológico, materia extraña u otras sustancias agregadas no intencionalmente al alimento, las cuales pueden comprometer la seguridad e inocuidad del alimento.

Contaminaciones Cruzadas: Es el acto de introducir por corrientes de aire, traslados de materiales, alimentos o circulación de personal, un agente biológico, químico bacteriológico o físico u otras sustancias, no intencionalmente adicionadas al alimento, que pueda comprometer la inocuidad o estabilidad del alimento.

Desinfección - Descontaminación: Es el tratamiento físico, químico o biológico, aplicado a las superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de eliminar los microorganismos indeseables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente la calidad e inocuidad del alimento.

Diseño Sanitario: Es el conjunto de características que deben reunir las edificaciones, equipos, utensilios e instalaciones de los establecimientos dedicados a la fabricación de alimentos.

Higiene de los Alimentos: Son el conjunto de medidas preventivas necesarias para garantizar la inocuidad y calidad de los alimentos en cualquier etapa de su manejo, incluida su distribución, transporte y comercialización.

Infestación: Es la presencia y multiplicación de plagas que pueden contaminar o deteriorar las materias primas, insumos y los alimentos.

Inocuidad: Condición de un alimento que no hace daño a la salud del consumidor cuando es ingerido de acuerdo a las instrucciones del fabricante.

Insumo: Comprende los ingredientes, envases y empaques de alimentos.

Limpieza: Es el proceso o la operación de eliminación de residuos de alimentos u otras materias extrañas o indeseables.

TÍTULO III

REQUISITOS DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

CAPITULO I

DE LAS INSTALACIONES

Art. 3.- DE LAS CONDICIONES MÍNIMAS BASICAS: Los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos serán diseñados y construidos en armonía con la naturaleza de las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, de manera que puedan cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Que el riesgo de contaminación y alteración sea mínimo;
- b. Que el diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiada que minimice las contaminaciones;
- c. Que las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, no sean tóxicos y estén diseñados para el uso pretendido, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar; y,

d. Que facilite un control efectivo de plagas y dificulte el acceso y refugio de las mismas.

Art. 4.- DE LA LOCALIZACIÓN: Los establecimientos donde se procesen, envasen y/o distribuyan alimentos serán responsables que su funcionamiento esté protegido de focos de insalubridad que representen riesgos de contaminación.

Art. 5.- DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN: La edificación debe diseñarse y construirse de manera que:

- a. Ofrezca protección contra polvo, materias extrañas, insectos, roedores, aves y otros elementos del ambiente exterior y que mantenga las condiciones sanitarias;
- b. La construcción sea sólida y disponga de espacio suficiente para la instalación; operación y mantenimiento de los equipos así como para el movimiento del personal y el traslado de materiales o alimentos;
- c. Brinde facilidades para la higiene personal; y,
- d. Las áreas internas de producción se deben dividir en zonas según el nivel de higiene que requieran y dependiendo de los riesgos de contaminación de los alimentos.

Art. 6.- CONDICIONES ESPECIFICAS DE LAS ÁREAS, ESTRUCTURAS INTERNAS Y ACCESORIOS: Estas deben cumplir los siguientes requisitos de distribución, diseño y construcción:

I. Distribución de Áreas.

- a) Las diferentes áreas o ambientes deben ser distribuidos y señalizados siguiendo de preferencia el principio de flujo hacia adelante, esto es, desde la recepción de las materias primas hasta el despacho del alimento terminado, de tal manera que se evite confusiones y contaminaciones;
- b) Los ambientes de las áreas críticas, deben permitir un apropiado mantenimiento, limpieza, desinfección y desinfestación y minimizar las

contaminaciones cruzadas por corrientes de aire, traslado de materiales, alimentos o circulación de personal; y,

c) En caso de utilizarse elementos inflamables, éstos estarán ubicados en una área alejada de la planta, la cual será de construcción adecuada y ventilada. Debe mantenerse limpia, en buen estado y de uso exclusivo para estos alimentos.

II. Pisos, Paredes, Techos y Drenajes:

a) Los pisos, paredes y techos tienen que estar contruidos de tal manera que puedan limpiarse adecuadamente, mantenerse limpios y en buenas condiciones;

b) Las cámaras de refrigeración o congelación, deben permitir una fácil limpieza, drenaje y condiciones sanitarias;

c) Los drenajes del piso deben tener la protección adecuada y estar diseñados de forma tal que se permita su limpieza. Donde sea requerido, deben tener instalados el sello hidráulico, trampas de grasa y sólidos, con fácil acceso para la limpieza;

f) Los techos, falsos techos y demás instalaciones suspendidas deben estar diseñadas y contruidas de manera que se evite la acumulación de suciedad, la condensación, la formación de mohos, el desprendimiento superficial y además se facilite la limpieza y mantenimiento.

IX. Instalaciones Sanitarias.

Deben existir instalaciones o facilidades higiénicas que aseguren la higiene del personal para evitar la contaminación de los alimentos. Estas deben incluir:

a) Instalaciones sanitarias tales como servicios higiénicos, duchas y vestuarios, en cantidades suficientes e independientes para hombres y mujeres, de acuerdo a los reglamentos de seguridad e higiene laboral vigentes;

b) Ni las áreas de servicios higiénicos, ni las duchas y vestidores, pueden tener acceso directo a las áreas de producción;

- c) Los servicios sanitarios deben estar dotados de todas las facilidades necesarias, como dispensador de jabón, implementos desechables o equipos automáticos para el secado de las manos y recipientes preferiblemente cerrados para depósito de material usado;
- d) En las zonas de acceso a las áreas críticas de elaboración deben instalarse unidades dosificadoras de soluciones desinfectantes cuyo principio activo no afecte a la salud del personal y no constituya un riesgo para la manipulación del alimento;
- e) Las instalaciones sanitarias deben mantenerse permanentemente limpias, ventiladas y con una provisión suficiente de materiales; y,
- f) En las proximidades de los lavamanos deben colocarse avisos o advertencias al personal sobre la obligatoriedad de lavarse las manos después de usar los servicios sanitarios y antes de reiniciar las labores de producción.

IV. Disposición de Desechos Sólidos.

- a) Se debe contar con un sistema adecuado de recolección, almacenamiento, protección y eliminación de basuras. Esto incluye el uso de recipientes con tapa y con la debida identificación para los desechos de sustancias tóxicas;
- b) Donde sea necesario, se deben tener sistemas de seguridad para evitar contaminaciones accidentales o intencionales;
- c) Los residuos se removerán frecuentemente de las áreas de producción y deben disponerse de manera que se elimine la generación de malos olores para que no sean fuente de contaminación o refugio de plagas; y,
- d) Las áreas de desperdicios deben estar ubicadas fuera de las de producción y en sitios alejados de la misma.

TITULO IV

REQUISITOS HIGIÉNICOS DE FABRICACIÓN

CAPITULO I

PERSONAL

Art. 10.- CONSIDERACIONES GENERALES: Durante la fabricación de alimentos, el personal manipulador que entra en contacto directo o indirecto con los alimentos debe:

1. Mantener la higiene y el cuidado personal.
2. Comportarse y operar de la manera descrita en el Art. 14 de este reglamento.
3. Estar capacitado para su trabajo y asumir la responsabilidad que le cabe en su función de participar directa e indirectamente en la fabricación de un producto.

Art. 11.- EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN:

Toda planta procesadora de alimentos debe implementar un plan de capacitación continuo y permanente para todo el personal sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, a fin de asegurar su adaptación a las tareas asignadas. Esta capacitación está bajo la responsabilidad de la empresa y podrá ser efectuada por ésta, o por personas naturales o jurídicas competentes. Deben existir programas de entrenamiento específicos, que incluyan normas, procedimientos y precauciones a tomar, para el personal que labore dentro de las diferentes áreas.

Art. 12.- ESTADO DE SALUD:

1. El personal manipulador de alimentos debe someterse a un reconocimiento médico antes de desempeñar esta función. Así mismo, debe realizarse un reconocimiento médico cada vez que se considere necesario por razones clínicas y epidemiológicas, especialmente después de una ausencia originada por una infección que pudiera dejar secuelas capaces de provocar contaminaciones de los

alimentos que se manipulan. Los representantes de la empresa son directamente responsables del cumplimiento de esta disposición.

2. La dirección de la empresa debe tomar las medidas necesarias para que no se permita manipular los alimentos, directa o indirectamente, al personal del que se conozca o se sospeche padece de una enfermedad infecciosa susceptible de ser transmitida por alimentos, o que presente heridas infectadas, o irritaciones cutáneas.

Art. 13.- HIGIENE Y MEDIDAS DE PROTECCIÓN:

A fin de garantizar la inocuidad de los alimentos y evitar contaminaciones cruzadas, el personal que trabaja en una Planta Procesadora de Alimentos debe cumplir con normas escritas de limpieza e higiene.

1. El personal de la planta debe contar con uniformes adecuados a las operaciones a realizar:

- a) Delantales o vestimenta, que permitan visualizar fácilmente su limpieza;
- b) Cuando sea necesario, otros accesorios como guantes, botas, gorros, mascarillas, limpios y en buen estado; y,
- c) El calzado debe ser cerrado y cuando se requiera, deberá ser antideslizante e impermeable.

2. Las prendas mencionadas en los literales a y b del inciso anterior, deben ser lavables o desechables, prefiriéndose esta última condición. La operación de lavado debe hacérsela en un lugar apropiado, alejado de las áreas de producción; preferiblemente fuera de la fábrica.

3. Todo el personal manipulador de alimentos debe lavarse las manos con agua y jabón antes de comenzar el trabajo, cada vez que salga y regrese al área asignada, cada vez que use los servicios sanitarios y después de manipular cualquier material u objeto que pudiese representar un riesgo de contaminación para el alimento. El uso de guantes no exime al personal de la obligación de lavarse las manos.

4. Es obligatorio realizar la desinfección de las manos cuando los riesgos asociados con la etapa del proceso así lo justifique.

Art. 14.- COMPORTAMIENTO DEL PERSONAL:

1. El personal que labora en las áreas de proceso, envase, empaque y almacenamiento debe acatar las normas establecidas que señalan la prohibición de fumar y consumir alimentos o bebidas en estas áreas.

2. Asimismo debe mantener el cabello cubierto totalmente mediante malla, gorro u otro medio efectivo para ello; debe tener uñas cortas y sin esmalte; no deberá portar joyas o bisutería; debe laborar sin maquillaje, así como barba y bigotes al descubierto durante la jornada de trabajo.

En caso de llevar barba, bigote o patillas anchas, debe usar protector de boca y barba según el caso; estas disposiciones se deben enfatizar en especial al personal que realiza tareas de manipulación y envase de alimentos.

Art. 15.- Debe existir un mecanismo que impida el acceso de personas extrañas a las áreas de procesamiento, sin la debida protección y precauciones.

Art. 16.- Debe existir un sistema de señalización y normas de seguridad, ubicados en sitios visibles para conocimiento del personal de la planta y personal ajeno a ella.

Art. 17.- Los visitantes y el personal administrativo que transiten por el área de fabricación, elaboración manipulación de alimentos; deben proveerse de ropa protectora y acatar las disposiciones señaladas en los artículos precedentes.

Donde se encontrar artículos que respalde la capacitación a empleados, los equipos de bioseguridad del personal, buena estructura para la elaboración de los productos, utensilios apropiados para elaboración de alimentos, lo más importante es que se aplique todos estos cambio en todos los establecimiento de consumo humano que mejorar los aspectos de desarrollo socioeconómico.

No solo es el conocimiento y la capacitación en los restaurantes sino también la inversión que se realice los propietarios en el negocio para la presencia e imagen del mismo como parte del servicio y la atención al cliente por lo que vamos a sugerir se emplee los implementos de la campaña del Gobierno de Baños Limpios que es utilizado a nivel nacional para todos los negocios, además todo establecimiento al publico deberá contar con estas condiciones.

Esta campaña va dirigida a Hoteles, Restaurantes, Bares, Discotecas y hasta sanitarios de Gasolineras donde se han asignado como responsables de los controles de esta campaña a los Ministerios de Salud, ministerio de Turismo y el Ministerios de hidrocarburo, ningún establecimiento puede negar la entrada a ningún turista el utilizar los baños, así no sea cliente en ese momento del establecimiento.

APLICACIÓN DE CAMPAÑA DEL GOBIERNO EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIO AL CLIENTE PARA MEJORAR LA CALIDAD Y AUMENTAR EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO EN EL AREA TURISTICO.

Condiciones sanitarias de un baño Campaña del gobierno “Baños Limpios” El implemento requerido en un baño consta de:

1. Rótulo de identificación.
2. Inodoro con asiento y tapa.
3. Urinario.
4. Lavado.
5. Espejo sobre el lavamanos.
6. Jabón líquido.
7. Dispensador de jabón líquido.
8. Implementos para el secado de manos (equipos automáticos en funcionamiento o toallas de mano desechables),
9. Papel higiénico.
10. Dispensador de papel higiénico.

11. Gel desinfectante dentro o fuera de las instalaciones sanitarias.
12. Dispensador de gel desinfectante.
13. Basurero con funda y tapa.
14. cartilla para el control de la limpieza.
15. Mínimo 4 veces al día y donde conste hora, fecha, nombre y firma de La persona encargada del mantenimiento.

ANEXO N° 2 Encuestas y Entrevistas



Encuestas a Empleados

Soy estudiante de la carrera de hotelería y turismo, desarrollando el tema la calidad de servicio y atención al cliente en el cantón La Libertad.

¿Qué nivel de estudio tiene usted en conocimiento de servicio al cliente y atención al cliente?

Empírico Bachiller Técnico Superior

¿Le agrada el trabajo que realiza en la atención al cliente?
Poco Mucho Bastante Nada

¿Sabe usted de primeros auxilios en caso de accidente en el restaurante?
Si No

¿Conoce del turismo local, nacional e internacional en el cantón La Libertad?
No Poco Mucho Si

¿Cuánto cree Ud. que aporta en el desarrollo del servicio y la atención al cliente en el restaurante?
Poco Mucho Bastante Nada

¿Conoces de seguridad industrial en la cocina?
Si No

¿Cuánto usted conoce que produce la alimentación cruzada en la cocina?
No Poco Bastante Si conoce

¿Considera que la clasificación de desechos y de reciclaje en el cantón es?
Regular Buena Mala Pésima

¿Es más rentable trabajar en un restaurante que en otro trabajo?
Si No

Las condiciones sanitarias del restaurante las considera como:
Regular Buena Muy Buena Aceptable

¿Cree que hay un buen ambiente de trabajo en los restaurantes del cantón La Libertad?
Si No

¿Si se fortalece y se mejora el servicio y la atención al cliente en los restaurantes del cantón la imagen será?

Buena Muy Buena Aceptable Excelente



Entrevista a Propietarios

Soy estudiante de la carrera de hotelería y turismo, desarrollando el tema la calidad de servicio y atención al cliente en el cantón La Libertad.

¿Cómo aporta usted al desarrollo de su establecimiento en dar una buena calidad de servicio y atención al cliente?

.....
.....

¿Qué nivel de estudio tiene usted en la actividad que desarrolla en su negocio?

.....
.....

¿Por qué puso un restaurante y no otro tipo de negocio?

.....
.....

¿En la actualidad su negocio ayuda al desarrollo del turismo local o nacional?

.....
.....

¿Es parte del directorio de algún gremio de restauración y porque?

.....
.....

¿Qué área de su restaurante es la más difícil de manejar y porque?

.....
.....

¿Qué necesita por parte de las autoridades locales para el desarrollo de su negocio?

.....
.....

¿Qué tipos de manuales utiliza usted para el desarrollo de su establecimiento?

.....
.....

¿Piensa que las autoridades aportan al desarrollo turístico del cantón La Libertad en promoción?

.....
.....

¿Es rentable o no rentable establecer un restaurante?

.....



Entrevista a Las Autoridades

Soy estudiante de la carrera de hotelería y turismo, desarrollando el tema la calidad de servicio y atención al cliente en el cantón La Libertad.

¿En qué contribuye su gestión en el desarrollo de la calidad en el servicio y atención al cliente en los restaurantes del cantón La Libertad?

.....
.....

¿Qué tipos instrumentos utilizan para obtener datos estadísticos de la afluencia de visitas turísticas en el cantón La Libertad?

.....
.....

¿Cómo aprecia el desarrollo de la actividad de restauración en el cantón La Libertad?

.....
.....

¿Qué desearía por parte de los propietarios de restaurantes para aportar en el turismo local e internacional?

.....
.....

¿Conoce cuantos gremios o asociaciones de restauración existen registradas y no registradas en el cantón La Libertad en los Ministerios?

.....
.....

¿Conoce Ud. de algún restaurante en el cantón La Libertad que desarrolla Turismo?

.....
.....

¿Qué tipos de controles realizan para verificar las condiciones sanitarias en los restaurantes?

.....
.....

¿Cree usted que los propietarios ayudan en el desarrollo socioeconómico del cantón solo cumpliendo con los requisitos establecidos?

.....
.....



Encuestas a Turistas

Soy estudiante de la carrera de hotelería y turismo, desarrollando el tema la calidad de servicio y atención al cliente en el cantón la libertad.

¿Conoce usted de algún proyecto por parte del sector gubernamental para el desarrollo turístico local?

Sí No

¿Qué tanto conoce de la comida típica o gastronómica del cantón La Libertad?

No me gusta Poco Mucho Si me gusta

¿Cree usted que la calidad de servicio al cliente los restaurantes del cantón La Libertad es?

Regular Buena Muy buena Excelente

¿Cree usted que la gente del cantón La Libertad es amable?

Sí No

¿La imagen de los restaurantes que presentan en la calidad servicio y atención al cliente es?

Mala Buena Muy buena Aceptable

¿Le gusta algún atractivo turístico del cantón La Libertad?

Si No

¿Considera que los restaurantes aportan al desarrollo del turismo del cantón La Libertad?

No Poco Tal vez Si

¿La recolección de basura en el cantón La Libertad es?

Mala Regular Buena Muy Buena

¿Cree usted que se debe fortalecer y mejorar la calidad de servicio y atención al cliente?

Si No

ANEXO N° 3 Registro de Restaurantes en el cantón La Libertad

Juan Pazmiño Garcia	Guayaquil 108 Y Malecon	Restaurante
Victoria Palma Gonzabay	Barrio Mariscal Sucre C.C.Buena Ventura Moreno Local 15	Restaurante
Rafael Ramon Arevalo Arevalo	Abdon Calderon calle 18e Y Av. 20-21	Restaurante
Tomala Beltran Victor Javier	Simon Bolivar. Av. 12 Ava. S/N Entre Calle 25 Y 26 E (Junto A Motorplan)	Restaurante
Caiqiong Zhang Ye	Barrio La Esperanza; Av. Eleodoro Solorzano E/ Las Calles 21 Ava. Y 22 Ava.	Restaurante
Gabriel De Jesus Ramirez Tomala	Barrio Mariscal Sucre C.C Buenaventura Local 3	Restaurante
Aura Luz Cabezas Benvidez	Av. 5ta C.C.Buenaventura Moreno Local 4	Restaurante
Belgica Plua Moncayo	C.C.Buena Ventura Moreno Local 8	Restaurante
Nelly Gonzales Leon	Barrio Mariscal Sucre C.C.Buena Ventura Moreno Local 2	Restaurante
Fernando Leon Belayo	Barrio Mariscal Sucre C.C. Buen Ventura Moreno Local 14 Patio De Comidas	Restaurante
Angela Yagual Borbor	C.C. Buenaventura Moreno Local 5	Restaurante
Clara Dioselina Catuto Mendez	Av. Guayaquil, Edificio Buenaventura Moreno, Local 1	Restaurante
Velez Ramirez Silvia Pilar	Av. Doce S/N Y Calle 22	Restaurante
Mirella Villon Rodriguez	Eleodoro Solorzano Y Calle 24 Esq. Sl. 01 Mz 04	Restaurante
Martha Narcisa Seminario Davila	Diagonal C Y Calle Veinte Y Uno	Restaurante
Coronel Segarra Walter Hugo	Call 29 Ava. S/N. (Frente Al Comisariato Mi Servicompria)	Restaurante
Viterbo Mendoza Vera	Barrio 25 De Diciembre Guayaquil 105 Y Av. Malecón	Restaurante
Benigno Anibal Abad Lopez	Av. Eleodoro Solorzano 916	Restaurante
Jenny Pazmiño De Castro	Av. Jose Robles Y Calle 3ra.	Restaurante
Efren Augusto Baidal Muñoz	Barrio San Francisco Av. 9 Entre Calles 9 Y 10	Restaurante
Rosario Piedad Paez Pazzos	9 De Octubre Y Pinargote	Restaurante
Alvaro Paez Vilma Lucia	Barrio Quito. Av. Eleodoro Solorzano S/N Y Calle 11 (Diagonal A La Malaria)	Restaurante
Jorge Enrique Saavedra Nuñez	Barrio Amariscal Sucre Av. 9 De Octubre 535 E/ Calle Guayaquily Josue Robles	Restaurante
Franklin Tello Nuñez	C.C. El Paseo Shopping Av. Principal S/N C.C Paseo Shopping Patio De Comida	Restaurante
Flor Chum Candel		Restaurante
Leon Cepeda Norma Alicia	C.C Buenaventura Local 7	Restaurante
Maria Magdalena Mera Mera	C.C.Buena Ventura Moreno Local 16, Barrio Mariscal Sucre	Restaurante
Mendoza Zambrano Rosario Narcisa	Av.8 S/N Entre Calle 20 Y 21 Barrio Simon Bolivar	Restaurante
Paulina Peralta Vargas	Av. 12 Entre Calles 20 Y 20 A. Barrio Abdon Calderon	Restaurante
Vera Rodriguez Raul Franklyn	Av. 12 S/N Entre Calles 20 Y 20a. Barrio Abdon Calderon	Restaurante
Rodríguez Rivera Alicia	Av.9 S/N Y Calle 15. Barrio Eloy Alfaro	Restaurante
Arteaga Arteaga Evaristo Wilther	Av. 12 Y Calle 20. Barrio Libertad	Restaurante
Moreira Posligua Yesica Monserrat	Calle Guayaquil C.C. Buenaventura Moreno Local No. 1	Restaurante
Laz Sosa Manuel Heriberto	Calle Guayaquil C.C. Buenaventura Moreno No.C-Co-13	Restaurante
Mendoza Loor Ita Juanita	Av. 2 Y Calle 18. Barrio 11 De Diciembre	Restaurante
Victor Cruz Echeverria	Av. 2da. Y Guayaquil 307	Restaurante