



CARRERA DE ECOTURISMO.

Tesis de grado.

Previo a la obtención del título de Ingeniera en Ecoturismo.

Tema:

Atención al cliente y calidad de servicio en los restaurantes del balneario San
Clemente - parroquia Charapotó - cantón Sucre - provincia de Manabí - República del
Ecuador.

Autora:

María José Muñoz Muñoz.

Directora de tesis:

Ing. Lorena Cedeño Franco, Mg. Sc.

Cantón Portoviejo – Provincia de Manabí – República del Ecuador.

2015.

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TESIS.

En mi calidad de directora de la tesis: Atención al cliente y calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente – parroquia Charapotó – cantón Sucre – provincia de Manabí – República del Ecuador, de la egresada María José Muñoz Muñoz. Requisito previo para la obtención del título de Ingeniera en Ecoturismo, certifico que el trabajo de investigación de la presente tesis es original y fue íntegramente realizada bajo mi dirección y supervisión.

Ing. Lorena Cedeño Franco. Mg. Sc.

Directora de Tesis.

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR.

Tesis de grado.

Atención al cliente y Calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente – parroquia Charapotó – cantón Sucre – provincia de Manabí – República del Ecuador, de la egresada María José Muñoz Muñoz, sometida al tribunal de sustentación para su respectiva aprobación.

Tribunal:

Lcda. Gina Molina Molina.

Ing. Lorena Cedeño Franco. Mg. Sc.

Coordinadora de carrera.

Directora de tesis.

Ing. Eliana Poveda Cedeño.

Lcdo. Wilson Intriago Pincay.

Miembro del tribunal.

Miembro del tribunal.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA.

María José Muñoz Muñoz, expreso que el presente trabajo de investigación titulado: Atención al cliente y Calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente – parroquia Charapotó – provincia de Manabí - República del Ecuador, es de mi absoluta autoría. La responsabilidad de la investigación, argumentos, análisis, resultados, conclusiones y recomendaciones del presente trabajo, pertenece única y exclusivamente a la autora. Además cedo los derechos de autor de la presente tesis, a la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

María José Muñoz Muñoz.

Autora.

AGRADECIMIENTO.

A Dios por ser mi guía y protector en este camino dándome seguridad y orientación en todo momento. A mi familia por estar allí motivándome y aconsejándome pendientes de cada paso, prestos a ayudarme dándome su total apoyo, sin ellos este logro no hubiera sido posible. Mis sinceros reconocimientos a mis docentes de la carrera de Ecoturismo, quienes supieron guiarme con sus conocimientos en el momento que los necesité.

María José Muñoz Muñoz.

DEDICATORIA.

A la Santísima Trinidad Dios Padre, Jesucristo Hijo y Espíritu Santo por sus bendiciones que permitieron iluminar mi camino para culminar con éxito esta etapa importante de mi vida y la Virgen María madre de Jesús y madre nuestra por su amparo y protección en todo momento. A mis queridos padres, Ing. Sixto Clemente Muñoz Zambrano, Ing. Miriam Elizabeth Muñoz Vera por el gran apoyo incondicional que me han dado para seguir adelante, ya que con su esfuerzo hicieron posible este gran logro. A mi hermano Ing. Emanuel Muñoz Muñoz que junto con mis padres son mi orgullo y ejemplo a seguir.

María José Muñoz Muñoz Muñoz.

RESUMEN.

Técnicas: Las técnicas que se utilizaron en esta investigación fueron la encuesta en la que se realizó al personal de servicio de los restaurantes y para la encuesta a los miembros de la comunidad se usó otro formato otra técnica que se usó fue la entrevista que fue dirigida a los empresarios propietarios de los restaurantes del balneario San Clemente, también se realizaron visitas de campo a los sitios de interés en los que se levantaron fichas de observación.

Muestra: La muestra se obtuvo de una fórmula teniendo como población 130 personas de la cual resultó una muestra de 53 personas.

Alcance de los objetivos y validación de hipótesis: en la investigación se logró alcanzar los objetivos, y que se obtuvo la lista de los restaurantes del balneario San Clemente, se caracterizó a los restaurantes y se diagnosticó al personal de servicio de los restaurantes, de este modo se logró alcanzar el objetivo general.

Conclusión: Con los resultados encontrados en la investigación gracias a los instrumentos de medición utilizados (encuestas, entrevistas, fichas de observación) se concluye que los prestadores de servicio de los establecimientos de comidas y bebida del balneario San Clemente, no están capacitados para ofrecer un buen servicio a los clientes, es por ello que se elaboró un manual de normas y estrategias de atención al cliente en área de servicio de comidas y bebidas adaptado a sus necesidades para que puedan guiarse y auto capacitarse.

ABSTRACT.

Techniques: Techniques used in this research were the survey in which took place to the staff of restaurants and for the survey to the members of the community using another format another technique that was used was the interview which was addressed to businessmen owners of the restaurants in the San Clemente, were also visits from bonnets to the places of interest in which rose observation sheets.

Sample: The sample was obtained from a formula having as population 130 people which turned out to a sample of 53 people.

Scope of objectives and hypotheses validation: in research was achieved the goals, and that was obtained the list of the restaurants in the San Clemente, was characterized to restaurants and Diagnostics personnel service of the restaurants This way it was possible to achieve the general objective.

Conclusion: With the results found in research thanks to the measuring instruments used (surveys, interviews, observation sheets) it is concluded that providers of service establishments of food and drink from the San Clemente, are not trained to provide good service to customers, so that was developed a Handbook of standards and strategies for customer service in the area of food and beverage service tailored to your needs so that they can guided and self-training.

ÍNDICE.

Certificación de la directora de tesis.	II
Certificación del tribunal examinador.	III
Declaratoria de autoría.	IV
Agradecimiento.	V
Dedicatoria.	VI
Resumen.	VII
Abstract.	VIII
Índice.	IX
Introducción.	1
Capítulo I.	3
1. Marco Referencial	3
1.1. Tema.	3
1.1.1. Formulación del problema.	3
1.1.2. Planteamiento del problema.	3
1.2. Delimitación de la investigación.	4
1.3. Justificación.	4
1.4. Objetivos.	5
1.4.1. Objetivo general.	5
1.4.2. Objetivos específicos.	5

Capítulo II.

2.	Marco teórico.	6
2.1.	Categorías fundamentales.	6
2.1.1.	San Clemente.	6
2.1.2.	Clima.	6
2.1.3.	Flora.	7
2.1.4.	Fauna.	7
2.1.5.	Vías de acceso.	7
2.1.6.	Principales atractivos.	7
2.2.	Variable Independiente: Atención al cliente.	8
2.2.1.	Atención al cliente.	8
2.2.2.	Importancia de la atención al cliente.	8
2.2.3.	Característica de la atención al cliente.	9
2.3.	Variable dependiente – Calidad de servicio.	10
2.3.1.	Conceptos de calidad de servicio.	10
2.3.2.	Importancia de Calidad de servicio.	11
2.3.3.	Características de la Calidad de Servicio.	11
2.4.	Fundamentación legal.	12

2.5.	Hipótesis.	12
2.6.	Variables.	12
2.7.	Variable Independiente Atención al cliente.	13
2.7.1.	Matriz de operacionalización de Variable Independiente.	13
2.8.	Variable dependiente Calidad de servicio.	13
2.8.1.	Matriz de operacionalización de Variable Dependiente.	13
 Capítulo III.		
3.	Marco Metodológico	15
3.1.	Modos	15
3.1.1.	Método hipotético deductivo.	15
3.1.2.	Método de investigación bibliográfica.	15
3.1.3.	Método de investigación de campo.	15
3.1.4.	Método estadístico.	15
3.2.	Metodología.	16
3.2.1.	Método hipotético deductivo.	16
3.2.2.	Método de investigación bibliográfica.	16
3.2.3.	Método de investigación de campo.	16

3.2.4.	Método estadístico.	17
3.3.	Técnicas.	17
3.4.	Población y muestra.	17
3.4.1.	Población y muestra de la comunidad.	18
3.5.	Descripción del proceso de la investigación.	19
Capítulo IV.		
4.	Análisis e interpretación de los resultados.	21
4.1.	Lista de los establecimientos que ofrecen servicio de comidas y bebidas del balneario San Clemente.	21
4.2.	Características de todos los restaurantes del balneario San Clemente e identificación de las falencias de cada uno de ellos.	23
4.3.	Ficha resumen de otras características.	27
4.4.	Diagnostico al personal de atención al cliente de los restaurantes de San Clemente.	29
4.5.	Resultados de la encuesta a la comunidad y de las entrevistas.	43
4.5.1	Presentación de los resultados de la encuesta a la comunidad.	43
4.6.	Entrevista a la Directora de Turismo del GAD Sucre.	47

4.7.	Entrevistas realizadas a los representantes de los restaurantes.	48
4.8.	Matriz de comprobación de hipótesis y objetivos.	74
Capítulo V.		
5.	Conclusiones y recomendaciones.	82
5.1.	Conclusiones.	82
5.2.	Recomendaciones.	83
Capítulo VI.		
6.	Propuesta.	85
6.1.	Título de la propuesta.	85
6.2.	Introducción.	85
6.3.	Justificación.	86
6.4.	Objetivos.	87
6.4.1.	Objetivo general.	87
6.4.2.	Objetivos específicos.	87
6.5.	Unidad ejecutora.	87
6.6.	Periodo de ejecución.	87
6.7.	Marco Teórico.	88
6.8.	Alcance de los objetivos de la propuesta.	89

6.8.1.	Información que sustenta el tipo de manual elaborado.	89
6.8.2.	Resultados de la elaboración del manual.	90
6.8.3.	Estrategias que permiten fortalecer la preparación actores involucrados.	110
6.8.4.	Socialización con la comunidad y autoridades competentes considerando sus puntos de vista necesidades e ideas.	114
6.8.5.	Diseño del Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente.	117
6.9.	Matriz de involucrados.	145
6.10.	Matriz de marco lógico.	146
6.11.	Estrategias de sostenibilidad.	148
6.12.	Presupuesto.	149
6.13.	Posibles Impactos.	150

Anexos.

Bibliografía.

INTRODUCCION.

En el Ecuador es muy notorio ver con frecuencia que surgen emprendimientos de todo tipo, una de sus provincias como lo es Manabí se caracteriza por sus playas y campos que son los principales atractivos de los productos turísticos que posee, en la que se destaca una de sus facilidades turísticas el servicio de comidas y bebidas, ya que la gastronomía manabita es muy conocida a nivel nacional, pero es necesario mencionar que en los sitios en que se puede degustar de la gastronomía, y al mismo tiempo disfrutar de los paisajes como por ejemplo el balneario San Clemente, allí la atención al cliente en los restaurantes es deficiente, es decir no se percibe calidad en el servicio.

Es por ello que en el presente trabajo de tesis su investigación está enfocada a la atención al cliente y calidad de servicio de los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente, el cual está distribuido en seis capítulos y sus respectivos anexos.

Capitulo I. En este capítulo se muestra el marco referencial es decir tema, planteamiento del problema objetivo entre otros puntos fundamentales.

Capitulo II. Este capítulo es referido al marco teórico donde se encuentra los conceptos que fundamentan las variables del presente trabajo de tesis.

Capítulo III. Este capítulo básicamente se trata de la metodología que se implementó en la investigación en la que se detalla con claridad el método hipotético deductivo, método bibliográfico, método de investigación de campo y el método estadístico.

Capítulo IV. En este capítulo se presentan los resultados de las encuestas, entrevistas y fichas de observación, las mismas que permitieron alcanzar cada uno de los objetivos específicos que se plantearon anteriormente en el proyecto, y del mismo modo se presentan en este capítulo la matriz de comprobación de hipótesis y objetivos.

Capítulo V. Este capítulo lo conforman las conclusiones y recomendaciones que surgieron de los resultados presentados en el capítulo anterior.

Capítulo VI. Este es el último capítulo en el que luego de una amplia investigación se llegó a la elaboración de la propuesta la misma que está compuesta por introducción, justificación, objetivos, marco teórico, matriz de marco lógico, presupuestas entre otros puntos.

CAPÍTULO I.

1. Marco Referencial.

1.1. Tema.

Atención al cliente y calidad de servicio en los restaurantes del Balneario San Clemente - parroquia Charapotó – cantón Sucre - provincia de Manabí - República del Ecuador.

1.1.1. Formulación del problema.

¿De qué manera incide la atención al cliente en la calidad del servicio en los restaurantes del Balneario San Clemente - parroquia Charapotó – cantón Sucre - provincia de Manabí - República del Ecuador?.

1.1.2. Planteamiento del problema.

La deficiente calidad del servicio en los restaurantes del balneario San Clemente – parroquia Charapotó – cantón Sucre – provincia de Manabí – República del Ecuador, radica en la falta de preparación al personal. Esto genera una insatisfacción en los turistas, la misma que se refleja en la mala promoción que se da de boca en boca.

Otro de los aspectos que generan la deficiente calidad en el servicio de los restaurantes del balneario en mención es el bajo salario que se le paga al personal. Esto les genera una desmotivación en el desempeño del trabajo, y que en muchos casos existe una explotación laboral por exceso de horas no recompensadas.

Pero el problema no termina allí, pues la poca importancia que los dueños de los restaurantes le dan a este problema hace que la atención empeore ya que no ponen cuidado a las quejas emitidas por los turistas, de tal modo que no se preocupan por mejorar el servicio y caen en el conformismo, y esto refleja una mala imagen para el desarrollo turístico de estas playas manabitas.

1.2. Delimitación de la investigación.

Campo: Turismo.

Área: Atención al cliente.

Aspecto: Calidad de servicio.

Problema: Deficiente calidad de servicio en los restaurantes informales de San Clemente.

Tema: Atención al cliente y calidad de servicio en los restaurantes del Balneario San Clemente - parroquia Charapotó – cantón Sucre - provincia de Manabí – República del Ecuador.

Delimitación espacial: Restaurantes del Balneario San Clemente - parroquia Charapotó – cantón Sucre - provincia de Manabí - República del Ecuador

Delimitación temporal: Agosto 2014 – junio 2015.

1.3. Justificación.

En la presente investigación se investiga la atención al cliente de los restaurantes del balneario San Clemente - parroquia Charapotó - provincia de Manabí – República del Ecuador. En la cual se le realizará un diagnóstico al personal de servicio.

La deficiente atención al cliente refleja una mala imagen al desarrollo del turismo en el balneario en mención. Y además se muestra que no se está ofreciendo calidad en el servicio.

Debido a la evidente deficiente calidad de servicio por la mala atención al cliente en los restaurantes del escenario en mención. Es necesario analizar e investigar a fondo para dar solución al problema planteado.

En dicho proyecto se aplicarán instrumentos de medición tales como: observación, encuestas y entrevistas. Estos instrumentos permitirán obtener información real. Asimismo, se beneficiarán de manera directa a los habitantes del balneario en mención e indirectamente la sociedad manabita y ecuatoriana.

1.4. **Objetivos.**

1.4.1. Objetivo general.

Analizar la atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente - parroquia Charapotó – cantón Sucre - provincia de Manabí - República del Ecuador.

1.4.2. Objetivos específicos.

Caracterizar todos los restaurantes del balneario San Clemente para identificar las falencias de cada uno de ellos.

Diagnosticar al personal de servicio de los restaurantes para evaluar sus destrezas y capacidades.

Diseñar una propuesta para dar solución al problema planteado.

CAPITULO II.

2. Marco Teórico Conceptual.

2.1. Categorías fundamentales.

2.1.1. San Clemente

Revisando la Tesis de Grado de López y Moreira¹ (2010) respecto a la ubicación geográfica de este balneario, se encontró que: “Está localizado a 59 Km. al norte de Portoviejo y a 20 Km., al sur de Bahía de Caráquez, en el cantón Sucre, provincia de Manabí”. (p.15).

Revisando el trabajo de tesis de Andrade, Carlier y Guevara² (2007) se logró encontrar que: “La playa de San Clemente se ubica al frente costero de la Parroquia Charapotó, presenta una diversidad de características geográficas y posee una playa de aproximadamente 2.5 km de largo”. (p. 6).

2.1.2. Clima.

Según el Instituto Nacional de Meteorología³ (2007) el clima en San Clemente es: “Principalmente cálido seco, con temperaturas medias anuales de 22 a 27 ° centígrados, y precipitaciones de 790 mm de promedio anual, según datos del 2007”.

¹ López, J. y Moreira, R. (2010) Estudio comparativo sobre las estrategias operativas y administrativas aplicadas en el sector turístico de Crucita, San Jacinto y San Clemente de la provincia de Manabí, período 2008 – 2009. Tesis de Grado previa a la obtención del Título de ingeniero Comercial. UTM. Portoviejo, Ecuador.

² Andrade, P., Carlier, M. y Guevara, N. (2007) Propuesta de ordenamiento turístico de la zona de playa de San Clemente. Tesis de grado previa la obtención del título de Licenciado en Turismo. ESPOL, Guayaquil, Ecuador.

³ Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, Estación PUCE – Bahía de Caráquez, Ecuador, 2007

2.1.3. Flora.

Analizando a Andrade, Carlier y Guevara⁴ () en su trabajo investigativo se encuentra que: “La vegetación se caracteriza por especies arbóreas como laurel, balsa, ceibos, guayacán, algarrobo, pechiche, cedro, palma real, mocora, tagua, colorado, amarillo, bálsamo, palo santo, manglar; se presenta montes espinosos y bosque muy seco”. (p. 7).

2.1.4. Fauna.

En lo que a fauna se refiere, analizando los datos expuestos por Cedeño⁵ (2009) se determina que: “En San Clemente se puede encontrar decenas de especies de pájaros multicolores y especies simbólicas como pelícanos, tijeretas, fragatas, cangrejos, gallinazos, pericos, caracoles y negros finos”.

2.1.5. Vías de acceso.

Revisando a Andrade, Carlier y Guevara⁶ (2007) respecto a las vías con que cuenta el balneario para el acceso de los turistas que la visitan, estas son las siguientes:

Portoviejo – Higuerón – San Clemente, desde el sur de la provincia y es la más utilizada por los viajeros. Correagua – Charapotó –San Clemente. Portoviejo – Rocafuerte – Charapotó - San Jacinto-San Clemente.- Bahía de Caráquez – km 8 - Las Coronas-San Clemente, desde el norte del cantón. (p.8)

2.1.6. Principales atractivos.

⁴ Andrade, P. Carlier, M. y Guevara, N. (2007) Propuesta de ordenamiento turístico de la zona de playa de San Clemente. Tesis de grado previa la obtención del título de Licenciado en Turismo. ESPOL, Guayaquil, Ecuador.

⁵ Cedeño, J. (2009) Estudio de factibilidad para la creación de una hostería de primera categoría ubicada en el balneario de San Clemente, provincia de Manabí. Tesis de Grado para la obtención del título de Ingeniera en Hotelería. UTE. Quito, Ecuador.

⁶ Andrade, P., Carlier, M. y Guevara, N. (2007) Propuesta de ordenamiento turístico de la zona de playa de San Clemente. Tesis de grado previa la obtención del título de Licenciado en Turismo. ESPOL, Guayaquil, Ecuador.

Entre los principales atractivos del balneario en mención se pueden mencionar los siguientes: Sus largas playas, cerros, y en lo cultural se destaca la gastronomía, las fiestas de la Virgen Caridad del Cobre y Las fiestas del Patrono San Clemente.

2.2.Variable independiente.

2.2.1. Atención al cliente

Una idea de (Blanco, 2001) citado en Pérez⁷ (2007) señala que:

La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. (p. 6)

Revisando la obra de Brown⁸ (1989) señaló que:

La atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización. Se trata de la filosofía y la cultura de la empresa. Una vez que han identificado estos factores, si algunos de los integrantes de la organización es capaz de articularlos dándoles una forma sencilla, se estará construyendo algo duradero (p. 2).

2.2.2. Importancia de la Atención al cliente.

Revisando la literatura de Soport, N⁹ (2010) señalan que:

El cliente es la persona más importante de nuestro negocio. El mayor porcentaje de pérdida de clientes en las empresas es por haberse sentido despreciados por alguien del personal, bien por una mala atención o por indiferencia. Sólo es necesario causar una vez esta sensación en el cliente para que se aleje para siempre.

⁷ Pérez, V (2007) Libro, Calidad total en la atención al cliente. España. Consultado: (24 de junio 2014). Ideas propias Editorial.

⁸ Brown (1989) Libro, Gestión de la Atención al cliente, Madrid, Díaz Santos Editorial

⁹ Soport Natural, (2010) Artículo, La importancia de la Atención al cliente. [En línea] Consultado: (4, Agosto, 2014). Disponible en: <http://www.soporte1.es/index.php/importancia-atencion-cliente>

Un cliente perdonará un error si se le atiende correctamente y se soluciona de forma eficaz pero es muy difícil que olvide una atención poco profesional y mucho menos, si siente que se le ha tratado mal o como un objeto

Es muy necesario, por tanto, disponer de personal adecuado para atender a sus clientes ya que esto garantizará su satisfacción y aumentará su confianza en la empresa

Recuerde: Un cliente que se va satisfecho volverá, pero un cliente descontento supone que habrá diez que no le llegarán a conocer.

2.2.3. Características de la atención al cliente.

Analizando el artículo de Kristie¹⁰ (2014) señala lo siguiente:

Habilidades de escuchar: Un representante de servicio de atención al cliente debe poder escuchar las necesidades del mismo. Toma nota y resume las palabras del cliente para repetir las y que así haya entendimiento. En vez de planear la respuesta mientras el cliente habla, escucha con la meta de comprender.

Habilidades de pregunta: Aquellos que están en el servicio de atención al cliente saben que hacer las preguntas correctas puede arrojar las respuestas necesarias para resolver el problema. Las preguntas de calidad ayudan a descubrir las necesidades, metas, objetivos y preocupaciones reales de los clientes para que el representante pueda trabajar para pueda resolverla y aliviar las preocupaciones.

Responsable: Para trabajar en el servicio de atención al cliente, se debe tener responsabilidad. Ésta es bilateral, ya que cubre la responsabilidad en la concurrencia, el servicio, lealtad y actitud. También cubre la habilidad del agente de tomar responsabilidad por los errores y resultados, sabiendo que sus propias acciones determinan los resultados en situaciones con clientes.

Sensible: Cada necesidad, pregunta o preocupación es resuelta en el servicio de atención al cliente de calidad. Saltear una pregunta porque la respuesta no se sabe puede dejar a un cliente sintiéndose ignorado. Muchas consultas relacionadas al servicio son multifacéticas por lo que es importante responder completamente a una consulta antes de seguir con otra.

Continuando con el análisis en el artículo de Kristie¹¹ (2014) establece que:

Entendido: Los agentes de servicio de atención al cliente deben ser completamente expertos en el departamento/producto/servicio del cual son responsables. Junto a este conocimiento viene la confianza, la cual lleva a la satisfacción al cliente. Si surge una situación en la cual el agente no sabe la

¹⁰ Kristie (2014) Artículo, Características del servicio al cliente. [En línea] Consultado: (4, Agosto, 2014). Disponible en <http://pyme.lavoztx.com/caractersticas-del-servicio-al-cliente-4418.html>

¹¹ Kristie, (2014) Artículo, características del servicio al cliente. [En línea] Consultado: (4, Agosto, 2014). Disponible en <http://pyme.lavoztx.com/caractersticas-del-servicio-al-cliente-4418.html>

respuesta, debe estar dispuesto a admitir su desconocimiento y encontrar la respuesta o remitir al cliente a un representante que sepa la respuesta.

Completo: Un representante de servicio de atención al cliente debe resolver una situación hasta completarse. En lugar de ser rápido para desligarse del problema o estar con dudas para resolver las necesidades de un cliente, el agente debe ser exhaustivo y trabajar a través de cada situación paso a paso hasta que esté resuelta.

Puntual: El servicio de atención al cliente es mejor cuando es rápido. Dejar que un cliente tenga que esperar en la llamada o tienda por un representante disponible es inaceptable. La respuesta a tiempo a un pedido, pregunta, preocupación o problema es el primer paso a una solución. Esto puede no siempre ser veloz, pero debería ser eficiente y exhaustivo.

Preciso: Toda información emitida por un representante de servicio de atención al cliente debe ser 100% segura. Sean instrucciones de ensamblaje o desempeño, o información acerca de garantías, todo debe ser objetivo. Junto a la precisión de hechos, el representante debe ser preciso en las acciones realizadas por parte del cliente.

2.3. Variable dependiente.

2.3.1. Calidad de servicio.

Examinando a Albrecht¹² (2009) indica que: “La calidad del servicio que se presta al cliente es un valor agregado invisible que puede determinar que aquel vuelva o que nunca más pise nuestro negocio”.

Estudiando a Perez¹³ (2007) Señaló que: “La calidad en la atención al cliente representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la diferencia en la oferta global de la empresa”. (p. 8).

¹² Albrecht, (2009) Artículo, la Revolución del Servicio. [En línea] Consultado: (4 Agosto 2014). Disponible en: http://managementynegocios.com/pildoras/ptes/La%20revolucion%20del%20servicio_c.doc

¹³ Pérez V (2007) Libro, Calidad total en la atención al cliente. España, ideas propias Editorial.

2.3.2. Importancia de Calidad de servicio

Examinando el artículo de Pacioli¹⁴ (2013) establece que:

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismos son quienes tendrán la última palabra para decidir”. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos. La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.

Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido.

Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos.

Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores.

Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

2.3.3. Características de la calidad en el servicio

Revisando el documento de Berry¹⁵ (1989) se encontró lo siguiente:

Tangibilidad: Es la parte visible de la oferta del servicio. Influyen en las percepciones sobre la calidad del servicio de dos maneras; primero ofrecen pistas sobre la naturaleza y calidad del servicio, segundo afectan directamente las percepciones sobre la calidad del servicio. Ejemplos, un restaurante con pisos limpios y personal aseado dará mejor impresión que aquel que no tenga estos atributos.

Confiabilidad: Significa llevar a cabo la promesa de servicio de una manera precisa y segura. Dicho de otra manera significa mantener su promesa de servicio.

¹⁴ Pacioli (2013) Revista, artículo, Importancia del Servicio al cliente. [En línea] Consultado 4 de Agosto 2014. Disponible en: <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

¹⁵ Berry (1989) artículo, Servicio al cliente. [En línea] Consultado: {4, Agosto, 2014} Disponible en: http://docencia.fca.unam.mx/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf

Tiempo de respuesta: Es la prontitud para servir, es la voluntad para atender a los clientes pronto y eficientemente. El tiempo de respuesta implica demostrar al cliente que se aprecia su preferencia y se desea conservarla.

Seguridad (confianza): Se refiere a la actitud y aptitud del personal que combinadas inspiren confianza en los clientes. Cuando los clientes tratan con proveedores de servicios que son agradables y que tienen conocimiento, se les refuerza a seguir siendo clientes de esa organización. La seguridad viene de colocar a la gente adecuada en el puesto adecuado.

Empatía: Va más allá de la cortesía profesional. Es la dedicación al cliente, la voluntad de entender las necesidades exactas del cliente y encontrar la manera correcta de satisfacerlas.

2.4. Fundamentación legal

De acuerdo con Ley de Turismo de la Republica del Ecuador¹⁶ (2002) en su capítulo II De las actividades turísticas y de quienes las ejercen, señala en el art. 6 que: “Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas”.

2.5. Hipótesis.

La atención al cliente permitirá mejorar la calidad del servicio.

2.6. Variables.

Variable independiente: Atención al cliente

Termino de relación: Y

Variable dependiente: Calidad de servicio

¹⁶Ley de Turismo de la república del ecuador (2002) Ley 97, Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002, Última modificación: 06-may-2008, Estado: Vigente [En línea] Consultado: (5, Agosto, 2014). Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

2.7. Variable independiente: atención al cliente

Cuadro 1.

2.7.1. Matriz de operacionalización de variable independiente.

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
Pérez ¹⁷ (2007) afirma que: “La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que reciba” (p. 6).	Procesos de atención al cliente. Gestión de talento Humano.	Número de clientes insatisfechos por la atención brindada. Número de personas que trabajan en el servicio.	¿Cómo identificar las necesidades del cliente? ¿Por qué el sector privado no invierte en capacitación?	Entrevistas Encuestas Fichas de observación de campo

Nota: Matriz de la variable independiente. Elaborado por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

2.8. Variable dependiente: calidad de Servicio

Cuadro 2.

2.8.1. Matriz de operacionalización de variable dependiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas e instrumentos
Albrecht ¹⁸ (2009) indica que: “La calidad del	Programas de calidad en el servicio	Número de personas involucradas	¿Cuál es el propósito del programa?	Entrevistas

¹⁷ Pérez, (2007) Libro, Calidad total en la atención al cliente. España, ideas propias Editorial

¹⁸ Albrecht, (2009) Artículo, la Revolución del Servicio. [En línea] Consultado: (4 Agosto 2014). Disponible en: http://managementynegocios.com/pildoras/ptes/La%20revolucion%20del%20servicio_c.doc

servicio que se presta al cliente es un valor agregado invisible que puede determinar que aquel vuelva o que nunca más pise nuestro negocio”.	Procesos de control y seguimiento de la calidad en el servicio	en el programa. Numero de objetivos alcanzados	¿Cómo lograr los objetivos?	Encuestas Fichas de observación de campo
---	--	---	-----------------------------	---

Nota: Matriz de la variable dependiente. Elaborado por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz

CAPITULO III.

3. Marco Metodológico.

3.1. Métodos.

3.1.1. Método hipotético deductivo:

A partir de casos particulares se plantea un problema a través de un proceso de inducción. Este método es el procedimiento o camino que sigue el investigador para hacer de su actividad una práctica científica.

3.1.2. Método de investigación bibliográfica:

Es necesario recurrir a la información científica que únicamente la bibliografía nos podrá proporcionar. El investigador hace uso de libros, revistas y otras publicaciones que le permitan obtener información. Es importante mencionar que el internet en la actualidad se ha convertido en una fuente bibliográfica importante.

3.1.3. Método de investigación de campo:

Por cuanto se aplican encuestas, entrevistas y fichas de observación. Este método le permite al investigador recaudar información importante, real obtenida desde el sitio a investigar.

3.1.4. Método estadístico:

Información cuantitativa que facilitará la definición de las conclusiones a las cuales se llegará. El Método Estadístico como proceso de obtención, representación,

simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de un estudio o de un proyecto de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

3.2. Metodología.

3.2.1. Método hipotético deductivo:

Este método fue utilizado en esta investigación ya que se partió de un supuesto el cual llevó al investigador a planear un problema que más adelante fue comprobado al hacer uso de las técnicas de investigación.

3.2.2. Método de investigación bibliográfica:

Esta investigación básicamente se fundamenta de la información científica, que es aquella que precisamente da soporte a través del procedimiento científico en la que la autora de esta tesis hizo uso de varias fuentes bibliográficas, entre las que se pueden mencionar libros, artículos de revistas, tesis, manuales; entre otros, y, es importante destacar la herramienta del internet que fue de gran importancia en la cual se encontró varios artículos científicos como enlaces web.

3.2.3. Método de investigación de campo:

Este es uno de los métodos más importantes ya que nos permitieron tener contacto con las personas involucradas en la investigación, de este modo evidenciar con claridad el problema planteado; y, dicha evidencia se respalda con los resultados obtenidos de las técnicas de investigación de campo que se efectuaron en escenario correspondiente.

3.2.4. Método estadístico:

Al culminar la investigación de campo se procedió a realizar la tabulación y análisis de los resultados que se encontraron en la investigación de campo, la cual se llevó a cabo con el uso de tablas, cuadros y gráficos estadísticos los mismos que permitieron presentar los resultados.

3.3. Técnicas.

Cada método tiene sus propias técnicas, para el presente caso se consideraron las técnicas de investigación de campo tales como: Encuestas dirigidas a los empleados de los restaurantes del balneario San Clemente, encuestas dirigidas a los habitantes del balneario San Clemente, entrevistas dirigidas a los propietarios de los restaurantes del balneario San Clemente.

3.4. Población y Muestra.

La población a considerarse, en el presente trabajo de investigación, involucra a los restaurantes del balneario San Clemente con asiento en el cantón Sucre.

Para determinar la muestra de la población se utilizará la siguiente fórmula:

Datos.

$$N = 130 \quad n = \frac{(Z)^2 (P)(Q)(N)}{(Z) (P)(Q) + (N)(e)}$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5 \quad n = \frac{(0.95)^2 (0.5)(0.5)(130)}{(0.95) (0.5)(0.5) + (130)(0.05)}$$

$$Z = 0.95$$

$$e = 0.05 \quad n = \frac{(0.9025) (0.5)(0.5)(130)}{(0.9025) (0.5)(0.5) + (130)(0.05)}$$

$$n = \frac{29.33125}{0.225625 + 0.325}$$

$$n = \frac{30.0625}{0.550625}$$

$$n = 53.26 = 53$$

Se considerará a la muestra como Aleatoria Simple y su tamaño es el siguiente:

$$n = 53$$

3.4.1. Población y muestra de la comunidad

Datos.

$$N = 4500 \quad n = \frac{(Z)^2 (P)(Q)(N)}{(Z)^2 (P)(Q) + (N)(e)}$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5 \quad n = \frac{(0.95)^2 (0.5)(0.5)(4500)}{(0.95)^2 (0.5)(0.5) + (4500)(0.05)}$$

$$Z = 0.95$$

$$e = 0.05 \quad n = \frac{(0.9025) (0.5)(0.5)(4500)}{(0.9025) (0.5)(0.5) + (4500)(0.0025)}$$

$$n = \frac{1015.3125}{0.225625 + 11.25}$$

$$n = \frac{1015.3125}{11.475625}$$

$$n = 88.48 = 88$$

3.5. Descripción del proceso de recolección de la investigación.

Para la realización de las encuestas a los empleados de los restaurantes del balneario San Clemente, así como las entrevistas a los propietarios de dichos establecimientos, se efectuaron visitas previas a las encuestas y entrevistas para solicitar la autorización para llevar a cabo la aplicación de los instrumentos de medición.

Una vez informado y autorizado, se concurrió a los respectivos establecimientos de comidas y bebidas, y en función de la muestra establecida se convocó a un igual número de empleados de los restaurantes que se encontraban en su horario laboral y se los reunió en una mesa donde se aplicó la encuesta, indicándose que la misma era anónima y que la certera respuesta contribuiría al cumplimiento del objetivo del presente formulario. Esta fue respondida en un tiempo promedio de 5 minutos.

Se aprovechó la circunstancia y se procedió a realizar las entrevistas a los propietarios de los restaurantes de forma individual, estableciendo un dialogo en base a las preguntas formuladas, las entrevistas se dieron en un ambiente agradable, en la que los propietarios estuvieron dispuestos a colaborar con la información requerida; además, las entrevistas fueron grabadas para respaldar la información.

Así mismo se procedió a llenar la ficha de observación, en la que se realizó un recorrido en las instalaciones de los restaurantes para observar con detalle la infraestructura, baños, área de comedor; y, se tomaron las respectivas fotos del lugar.

En esta investigación también se llevó a cabo otro tipo de entrevista la cual fue dirigida a la Directora de Turismo del GAD Sucre, esta entrevista se la realizó en la ciudad de Bahía de Caráquez en las oficinas de la Dirección de Turismo, la entrevista se dio en un ambiente cómodo y agradable en un tiempo de 15 minutos.

Por otra parte la encuesta a la comunidad se la realizó con normalidad y en colaboración de los miembros del balneario San Clemente. Con la facilidad de tener buenas relaciones públicas con los miembros de la comunidad, se logró reunir a 70 personas en el establecimiento de la cooperativa de pescadores artesanal de San Clemente y los restantes 18 personas me acerque a 15 casas para terminar la encuesta.

CAPITULO IV.

4. Análisis e interpretación de los resultados.

4.1. Lista de los establecimientos que ofrecen servicio de comidas y bebidas del balneario San Clemente.

Durante el proceso de la investigación se realizó la visita al MINTUR y al GAD Sucre para conocer que establecimientos de comidas y bebidas están registrados en el catastro, y se pudo evidenciar que ambas instituciones tienen registrado los siguientes establecimientos: Submarino, Viviana, Rosita Maria, Sea food, El tiburón, Costa dl Sol, Las Redes, esta información corresponde al catastro del 2012. Por otra parte se pudo conocer que: Spuma del mar, Sabor bamboo El Edén y Palmazul, estos establecimientos también ofrecen el servicio de comidas y bebidas pero su principal actividad es del servicio de hospedaje, es por ello que están registrados en el catastro de alojamiento.

Continuando con el proceso de la investigación, una vez evidenciados los establecimientos que se encuentran registrados, se procedió hacer un levantamiento de información más profunda y completa en el sitio de interés. Por tanto la autora de esta tesis pudo identificar que, el balneario San Clemente, parroquia Charapotó - cantón Sucre - provincia de Manabí - República del Ecuador, cuenta con una gama variada de establecimientos que ofrecen servicio de comidas y bebidas.

Para la identificación de los establecimientos de comidas y bebidas en San clemente se trabajó utilizando la investigación de campo, que permitió observar y enlistar dicha oferta de restaurantes de San Clemente.

1. Sabor Bamboo	2. Brisas Restaurant	3. Palmazul	4. Submarino
5. Viviana	10. Costa del Sol	9. El Eden	8. Rosita Maria
7. Sea food	6. Karina	11. Ceibo y bamboo	12. Mi Ranchito
13. La katanga	14. Domenica	15. 5 Hermanos	20. Espuma del mar
19. Spondylus	18. Frowen	17. Gaby	16. Los Parasoles
21. Gemita	22. Olas del mar	23. Mar y tierra	24. La Katanga 2

Gráfico N°. 1. Lista de los restaurantes del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Con esta información se logra alcanzar la primera parte del primer objetivo específico “Caracterizar todos los restaurantes del balneario San Clemente para identificar las falencias de cada uno de ellos”. Como resultado se logró encontrar que existen 24 restaurantes.

4.2. Características de todos los restaurantes del balneario San Clemente e identificación de las falencias de cada uno de ellos.

En esta parte de la investigación se comparó la ficha de Registro de datos de los establecimientos turísticos (ficha de la planta turística) que utiliza el MINTUR con la ficha de observación elaborada por la autora de esta tesis, en la cual se pudo constatar que la información requerida es muy similar a la ficha que utiliza el MINTUR. Es por ello que se utilizó la ficha elaborada por la autora de esta tesis dentro de su investigación de campo para lograr identificar en gran parte las características de los restaurantes.

.Cuadro 3.

Matriz de características.

N°	Nombre del restaurante	Tipo de infraestructura	Servicio de agua	Servicio de baños	Señalética	Observación
1	Sabor Bambu	Madera y caña	Potable y distribución por tanqueros	Cientes	No	Están en remodelación
2	Brisas restaurant	Cemento	-	-	-	Cerrado
3	Palmazul	Cemento	Potable	Cientes y personal de servicio	Si	Hotel restaurant 3 estrellas
4	El Submarino	Cemento y madera	Potable	Cientes y personal	No	Los baños de los clientes daban mala imagen al ingresar

5	Viviana	Cemento y madera	Potable	Cientes	No	Local amplio pero le falta inovacion en la infraestructura
6	Karina	Madera	Potable	Cientes	No	Local alquilado llevan trabajando mas de 20 años allí sin hacer remodelaciones
7	Seafood	Cemento	Potable	Cientes	Si	Posee una infraestructura moderna y llamativa para el cliente
8	Rosita Maria	Madera	Potable	Cientes	No	Local alquilado y llevan mas de 20 años allí sin remodelación
9	El Edén	Cemento	Potable	Cientes	No	Local amplio y comfortable
10	Costa del sol	Cemento	Potable	Cientes	No	Se preocupan por mejorar la imagen del local
11	Ceibo y bambu	Cemento y madera	Potable	Cientes personal y	No	Local alquilado en el que ha invertido \$23.000 el propietario. El dueño del

						restaurante dice que prefiere calidad de clientes no cantidad
12	Mi Ranchito	Madera	Potable	Cientes	No	4 horarios diferentes, mas de 20 años en el negocio, poca remodelación
13	La katanga	Cemento y madera	Distribución por tanquero	No	No	Nueva sucursal, el local no es muy agradable
14	Domenica	Madera	Distribución por tanquero	Cientes	No	El local cuenta con amplio garaje y area de descanso con hamacas
15	5 hermanos	Cemento	Potable	Cientes	No	Local amplio y acogedor
16	Gaby restaurant	Madera	Potable	Cientes	No	Cerrado por vacaciones
17	Los parasoles	Madera	Potable	Cientes	No	El local no es muy agradable y el piso es muy rustico
18	Frowen	Cemento y madera	Potable	Cientes	No	Más de 20 años en el negocio y con poca innovación
19	Spondyllus	Cemento	Potable	Cientes	No	Construcción nueva

20	Espuma del mar	Cemento	Potable	Cientes	No	No han hecho ninguna remodelación y llevan mas de 30 años en el negocio
21	Gemita	Cemento	Potable	Cientes	No	Llevar mas de 10 años en el negocio y empezaron con una ramada ahora tienen un local con una infraestructura de cemento
22	Olas del mar	Cemento y Madera	Potable	Cientes	No	Local frente al mar
23	Mar y tierra	Cemento	Potable	Cientes	No	Local amplio, moderno
24	La katanga	Cemento y Madera	Potable	No	No	Local principal con poca innovación

Nota: Matriz de características de los restaurantes. Elaborado por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Esta información deja ver con claridad varias de las características que posee cada uno de los restaurantes, las mismas que permiten determinar parte del status de estos establecimientos de comidas y bebidas. Es importante señalar que con esta información también se logra alcanzar parte importante del primer objetivo específico.

4.3. Ficha resumen de otras características

Cuadro 4.

Nº	Nombre del restaurante	Nº de mesas y Nº de sillas	Abastecimiento de víveres	Motivos de emprendimiento del negocio	Nº de empleados	Calificación económica del negocio	Capacitaciones recibidas
1	Sabor Bambu	10 mesas y 60 sillas	Proveedores y supermaxi	Es un profesional en turismo	3 empleados	Bueno	Si
2	El Submarino	21 mesas 84 sillas	Local. parroquial y cantonal	Por vocación	3 empleados	Buena	Si
3	Viviana	Si: 20 mesas 80 sillas	cantonal	Por que le gusta este servicio	7 empleados	Buena	Si, solo una vez
4	Karina	12 mesas 50 sillas	Parroquial y cantonal	Por necesidad	6 empleados	Buena	No
5	Seafood	12 mesas 72 sillas	Proveedores	Por Vocación	3 empleados	Bueno	Si
6	Rosita Maria	10 mesas 60 sillas	cantonal	Por necesidad	4 empleados	Regular	Si, solo una vez
7	El Edén	12 mesas 80 sillas	Parroquial	Posee un hotel y se vio en la necesidad de emprender con este servicio	3 empleados	bueno	Si, solo dos veces
8	Costa del sol	12 mesas 50 sillas	Cantonal y proveedores	Por vocación	Si 6 empleados	Regular	Si
9	Ceibo y Bambu	8 mesas 48 sillas	Proveedores	La propietaria es Ing. en alimentos y su	Si 3 empleados	Muy buena	Si

				familia tiene una cadena de restaurantes			
10	Mi Ranchito	6 mesas 24 sillas	Parroquial	Por el sustento familiar	4 empleados	Regular	Si, pocas veces
11	La Katanga 1	6 mesas 24 sillas	Proveedores	Por el sustento del hogar	3 empleados	Buena	Si hace 2 años
12	Doménica	8 mesas y 48 sillas	Proveedores	Porque San Clemente es un balneario turístico y se vive del turismo	4 empleados	Regular	Si
13	5 Hermanos	4 mesas y 24sillas	Parroquial	Por el sustento del hogar	4 empleados	Buena	Si 5 capacitaciones
14	Los parasoles	9 mesas 56 sillas	Parroquial	Por herencia familiar	3 empleados	Regular	Si, 2 capacitaciones recibidas
15	Frower	12 mesas 50 sillas	Local	Deseos de servir y para fomentar el turismo	4 empleados	Buena	Si, 12 capacitaciones
16	Spondilus	8 mesas 50 sillas	Local	Por vocación	4 empleados	Buena	Si, muy pocas veces
17	Espuma del mar	9 mesas 80 sillas	Parroquial	Por el sustento del hogar	4 empleados	Buena	Si, dos veces
18	Gemita	11 mesas 54 sillas	Parroquial	Fuente de ingresos	5 empleados	Buena	Si, una vez
19	Olas del mar	7 mesas 30 sillas pero en	Local y proveedor	Por motivación de la familia	4 empleados	Regular	Si

		feriados					
20	Mar y tierra	11 mesas 44 sillas	Cantonal	Por vocación y sustento familiar	4 empleados	Buena	Si, solo una vez
21	La Katanga 2	8 mesas 28 sillas	Proveedores	Para el sustento del hogar	3 empleados 2 personas fijas y 1 eventual	Buena	Si hace 2 años

Nota: Matriz resumen de más características de los restaurantes. Elaborado por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Esta información deja ver con claridad más características de cada uno de los restaurantes, permitiendo así junto con el cuadro anterior alcanzar gran parte del primer objetivo específico: “Enlistar y Caracterizar todos los restaurantes del balneario San Clemente para identificar las falencias de cada uno de ellos”.

4.4. Diagnóstico al personal de atención al cliente de los restaurantes de San Clemente.

Resultados de la encuesta dirigida al personal de servicio (53 personas) de los restaurantes del balneario San Clemente.

Datos del encuestado.

Tabla 1.

Edades	16	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	29	30	32	34	35	37	38	40	42	44	46	47	48	50	53	54	55	57	58	63	72
Nº de personas	1	4	1	2	1	1	3	2	3	1	1	1	1	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	2	2	2	1	3	1	1

Nota: Datos de encuestados. Elaborado por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

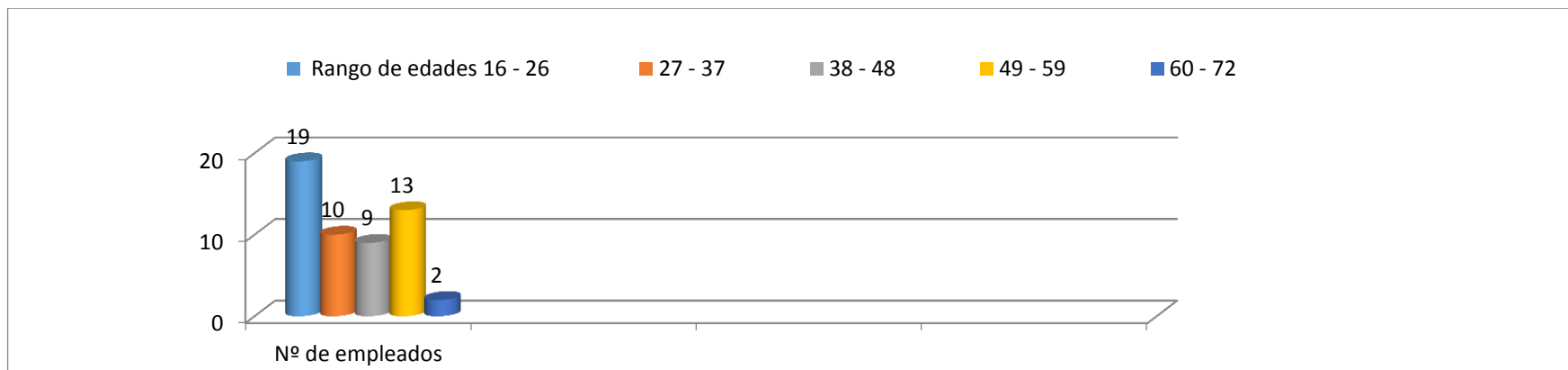


Grafico 2: Presentación de las edades del personal de servicio. Elaborado por la autora de esta tesis.

Tabla 2.

Tipo de género.

Femenino	32
Masculino	21

Nota: Genero del personal de servicio. Elaborado por la autora de esta tesis.

Tabla 3.

Nivel de educación.

Básico	Bachillerato	Superior	Ninguno
13	34	6	0

Tabla N°3. Nivel de educación. Elaborado por la autora de esta tesis.

Preguntas:

1. ¿Qué tiempo lleva trabajando en el área de Restaurante?

Tabla 4.

Orden	Alternativas	<i>f</i>	%
1	1 – 6 meses	7	13,21
2	1 – 3 años	7	13,21
3	4 – 6 años	10	18,86
4	más de 7 años	29	54,72

Nota: Preguntas al personal de servicio de restaurantes del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

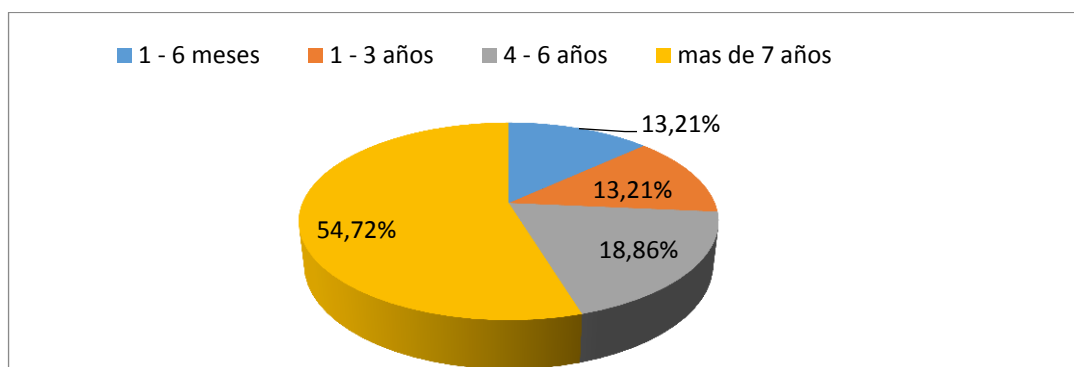


Gráfico N°.3. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Consultado el personal de servicio de los restaurantes del balneario San Clemente, para conocer el tiempo que llevan laborando en el área de restaurante, ellos respondieron de la siguiente manera:

7 empleados que representan el 13.21% lleva laborando entre 1 a 6 meses; 7 empleados que representan el 13.21% lleva trabajando entre 1 a 3 años; 10 empleados que representan el 18.86% lleva trabajando entre 4 a 6 años; 29 empleados que representan el 54.72% lleva trabajando más de 7 años.

Estos resultados dejan ver con claridad que la mayoría de los encuestados llevan trabajando muchos años en el área de atención al cliente en restaurantes, y esto se refleja como una fortaleza que poseen los empleados ya que están posicionados en esta área. Pero cabe destacar que esta fortaleza puede ser señalada como debilidad para algunos ya que la mayoría lleva entre 10 a 20 años en el área y a pesar de eso no se ha mejorado el servicio brindado.

2. ¿Cuenta con uniforme para realizar sus labores en el restaurante?

Tabla 5.

Orden	Alternativas	<i>f</i>	%
1	Si	26 (solo gorros y mandiles)	49,06
2	No	27	50,94

Nota: Preguntas al personal de servicio de restaurantes del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

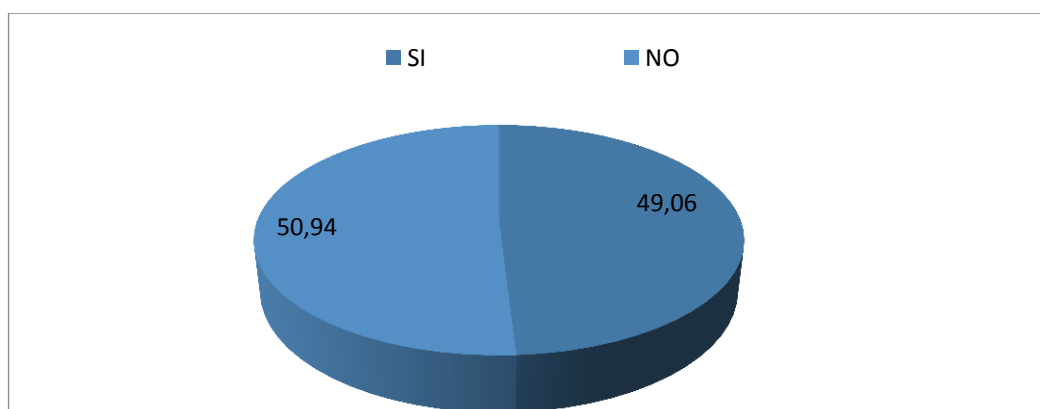


Gráfico N°.4. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Consultados el personal de servicio de los restaurantes del balneario San Clemente, para conocer si cuentan con uniforme para realizar sus labores, ellos respondieron de la siguiente manera.

26 empleados que representan el 49.06% dijo que sí, cabe señalar que una gran parte de estos 26 empleados son los que preparan los alimentos y ellos usan gorros y mandiles para trabajar, y una pequeña parte de los 26 empleados cuentan con camisetas con el logo del restaurantes para trabajar; 27 empleados que representan el 50.94% dijo que no.

Por tanto, se deduce que de la muestra de 53 empleados la mitad de los encuestados aseguran que no poseen uniforme. Esto refleja el poco interés que tienen en mostrar una mejor imagen al cliente a su vez se determina este resultado como una debilidad que tienen los empleados y los propietarios.

3. ¿Ha recibido alguna capacitación sobre atención al cliente?

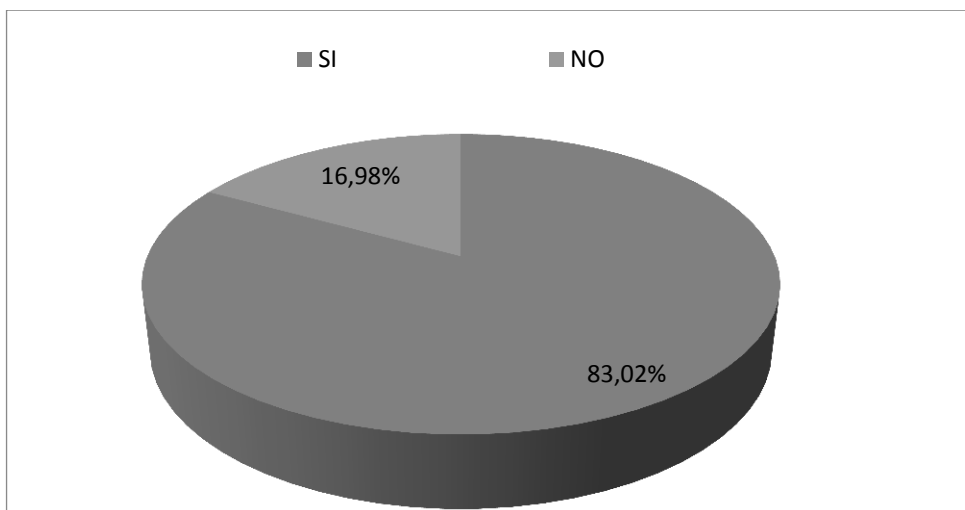
Tabla 6.

Orden	Alternativas	<i>f</i>	%
1	Si	44	83,02
2	No	9	16,98

Nota: Preguntas al personal de servicio de restaurantes del balneario San Clemente.
Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Tabla 7.

Capacitaciones recibidas



N° de capacitaciones	1	2	3	4	5	7	8	12	(De 44 Si) no contestaron
N° de personas	14	3	4	2	1	2	1	1	

Nota: Capacitaciones recibidas. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Tabla 8.

Numero de capacitaciones.

Periodo	Actualmente	Hace 1 mes	Hace 2 meses	Hace 6 meses	El año pasado	Hace 2 años
N° de personas	6	3	2	2	12	3

Nota: Numero de capacitaciones. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Consultado el personal de servicio de los restaurantes del balneario San Clemente, para conocer si han recibido capacitaciones en atención al cliente para fortalecer sus habilidades, ellos respondieron de la siguiente manera:

44 Empleados que representa el 82.02% respondió que sí ha recibido capacitación; 9 empleados que representa el 16.98% respondió que no, pero en estos resultados se muestra una incógnita ya que de los 44 empleados que respondió que sí 16 de ellos no contestaron cuantas capacitaciones ni cuándo fue la última capacitación recibida, esto nos da otro resultado el cual señala que 28 empleados que representa el 52.83% se capacitó 1 o más veces.

Estos resultados dejan ver con claridad que la mayoría representada en el 82.02% han recibido una capacitación pero tan solo el 52.83% asegura haber recibido más de 1 capacitación. En estos resultados se muestra una complejidad ya que al determinar el diagnóstico se encuentra dividido, ya que más de la mitad de la muestra si aprovecha las oportunidades que se presentan para capacitarse y esto se convierte en una fortaleza del empleado siempre y cuando no lo haga por obligación y más bien con deseo de superación. Y de los 16.98% que respondieron que no, este resultado se convierte en una gran debilidad del empleado ya que no tiene interés de superación y por ende está ofreciendo un servicio deficiente al cliente.

4. Señale su horario laboral según lo siguiente.

Cuadro 5.

Horarios laborales

Lunes a viernes	Nº de horas	Fin de semana	Nº de horas	Feridos	Nº de horas
08H00 - 20H00	5	08H00 20H00	2	06H00 01H00	2
11H00 - 21H30	2	11H00 21H30	2		
		16H00 21H00	5	07H00 23H00	7
		07H00 16H00	2		

07H00 18H00	2	07H00 19H00	2	07H00 21H00	11
		08H00 18H00	5	08H00 20H00	2
		08H00 19H00	3		
		09H00 17H00	3	07H00 19H00	3
09H00 19H00	1	09H00 19H00	3		
		08H00 18H00	2		
06H00 18H00	3	06H00 18H00	3	06H00 19H00	3
		07H00 20H00	3	06H00 22H00	6
		07H00 18H00	6	06H00 20H00	3
		08H00 17H00	5	08H00 22H00	5
08H00 18H00	3				
		08H00 20H00	3	08H00 20H00	3
06H00 15H00	3	06H00 15H00	3	06H00 17H00	3
16H00 21H00	3				

Nota: Horarios laborales delsonal de servicio de restaurantes del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Consultados los empleados de los restaurantes del Balneario San Clemente sobre los horarios laborales respondieron de la siguiente forma:

El total de la muestra respondió que trabajan todos los fines de semanas y los feriados hay diferentes horarios pero algunos coinciden este resultado se lo diagnostica como una fortaleza ya que el cliente puede encontrar atención todos los fines de semana.

De lunes a viernes son pocos los que atienden debido a la poca demanda que se da en esos días.

5. ¿Qué es lo que más le agrada hacer a usted en su trabajo?

Cuadro 6.

Orden	Alternativas	f	%
1	Atender al cliente	27	50,94
2	Preparar los alimentos	16	30,19
3	Hacer la higiene del local	0	0
4	Atender al cliente y Preparar los alimentos	5	9,43
5	Atender al cliente y Hacer la higiene del local	3	5,66
6	Atender al cliente Preparar los alimentos y Hacer la higiene del local	2	3,77

Nota: Preguntas al personal de servicio de restaurantes del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

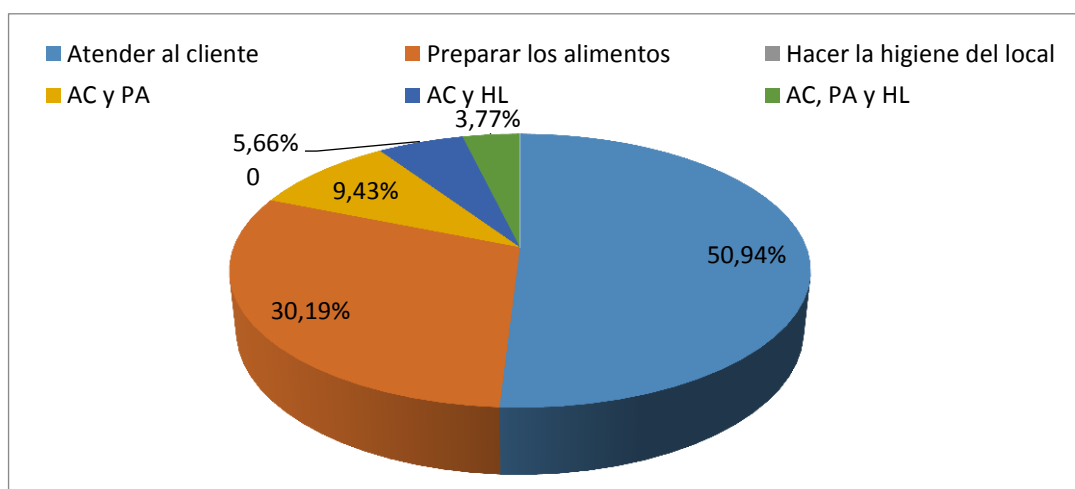


Gráfico N°.6. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Consultados los empleados de los restaurantes del Balneario San Clemente para conocer qué es lo que más le agrada hacer en su trabajo, respondieron de la siguiente manera.

27 Empleados que representan el 50.94% respondió que le agrada atender al cliente, 30 empleados que representan el 30.19% le agrada preparar los alimentos, 5 empleados que representan el 9,43% le agrada atender y preparar los alimentos; 3 empleados que representan el 5.66% le agrada atender y hacer la higiene del local y a 2 empleados que representa el 3,77% les agrada hacer las tres actividades.

Estos resultados muestran claramente que la mayoría de los empleados les agrada atender a los clientes, esto se lo determina como una fortaleza la cual ellos deben mejorar aprovechando las oportunidades que se les presenten para capacitarse ya que si no se preparan se constituye en una debilidad debido a deficiente atención al cliente que existe.

6. ¿Está usted dispuesto a recibir capacitaciones que fortalezcan sus habilidades en el trabajo?

Tabla 9.

Orden	Alternativas	f	%
1	Si	100	100
2	No	0	0

Nota: Preguntas al personal de servicio de restaurantes del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

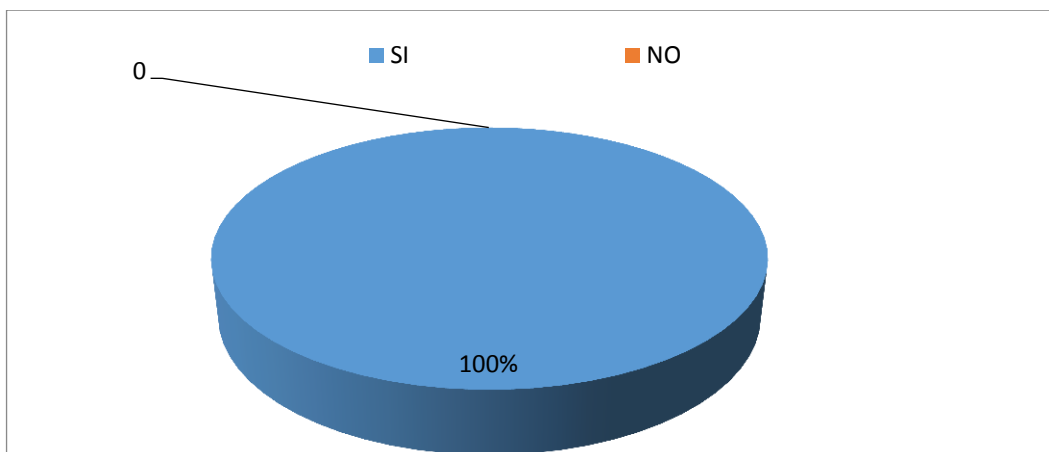


Gráfico N.º.7. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Consultados los empleados de los restaurantes de San Clemente para conocer si tuvieran la oportunidad de recibir una capacitación para fortalecer sus habilidades en el trabajo ellos respondieron de la siguiente manera:

53 empleados que representan el total de la muestra respondió que sí aprovecharía futuras capacitaciones o cualquier otro medio que se presente para fortalecer sus conocimientos y mejorar la atención al cliente.

Por tanto es satisfactorio ver que sí desean aprovechar los medios que se les presenten para mejorar el servicio de la atención al cliente. por ende se podrá reflejar calidad en el servicio.

7. En función de sus destrezas y habilidades ¿Recibe propina?

Tabla 10.

Orden	Alternativas	<i>f</i>	%
1	Si	38	71,70
2	No	15	28,30

Nota: Preguntas al personal de servicio de restaurantes del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

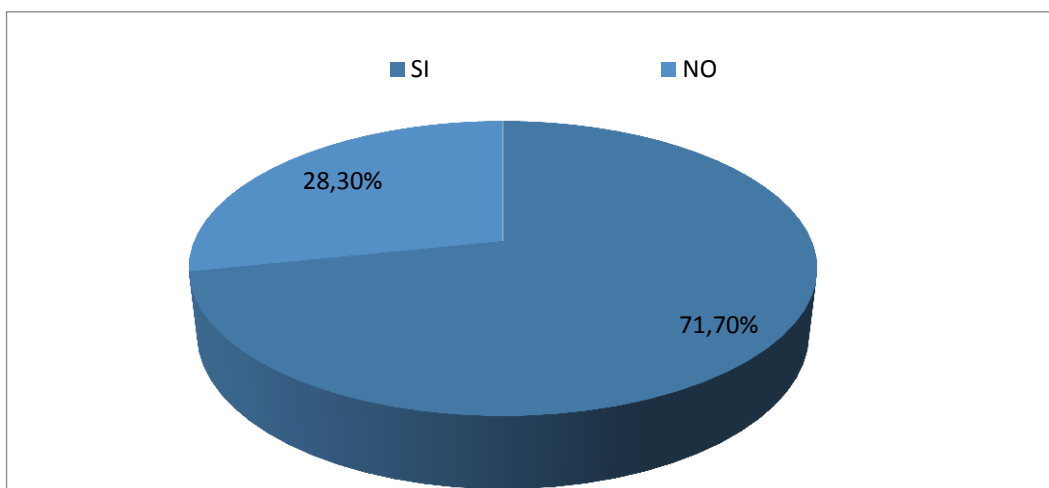


Gráfico N°.8. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Consultados los empleados de los restaurantes del Balneario San Clemente para conocer si reciben propinas en función de sus destrezas y habilidades, ellos respondieron de la siguiente manera.

38 empleados que representan el 71,70% respondió que si recibe propina; 15 empleados que representa el 28,30% respondió que no.

Estos resultados dejan ver con claridad que más de la mitad recibe propina esto se lo diagnostica como fortaleza.

Tabla 11.

Orden	Alternativas	<i>f</i>	%
1	Con frecuencia	9	16,98
2	Pocas veces	29	54,72
3	Nunca	15	28,30

Nota: Preguntas al personal de servicio de restaurantes del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

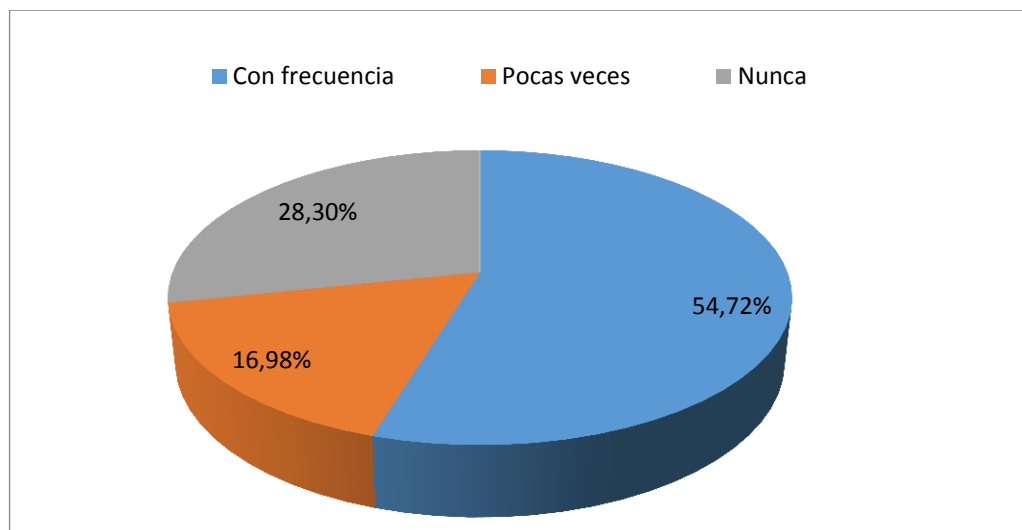


Gráfico N.º.9. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Del 71,70% del total de la muestra se puede ver con claridad en el gráfico anterior, que el 28,30% recibe propina con frecuencia.

8. ¿Este empleo le da tiempo para sus estudios?

Tabla 12.

Orden	Alternativas	f	%
1	Si	20	37,74
2	No	2	3,77
3	No contestaron	31	58,49

Nota: Preguntas al personal de servicio de restaurantes del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

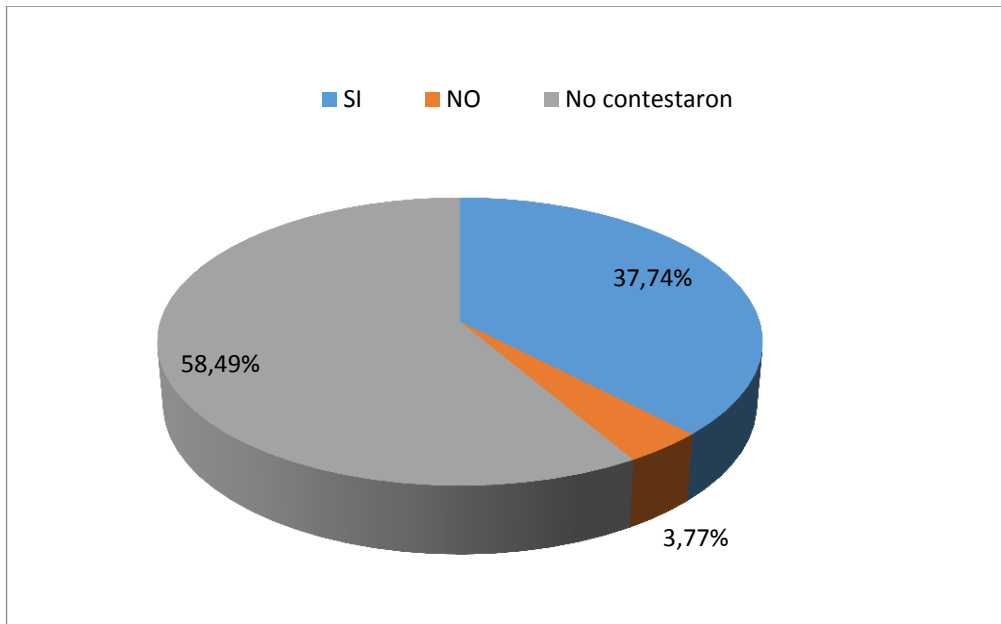


Gráfico N°.10. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Consultados el personal de servicio de los restaurantes del balneario San Clemente, para conocer si este empleo le da tiempo para sus estudios ellos respondieron de la siguiente manera.

20 empleados que representan el 37.74% respondió que sí; 2 empleados que representan el 3,77% respondió que No; pero 31 empleados que representan el 58,49% no respondió.

Por tanto estos resultados dejan ver con claridad que un poco más de la tercera parte de la muestra afirma que este empleo si les da tiempo para los estudios y se lo determina en el diagnóstico como una oportunidad. Pero es importante destacar que casi el 60% del total de la muestra no respondió, y esto a su vez refleja que estas personas no se están preparando profesionalmente y puede identificarse como debilidad.

4.5. Resultados de la encuesta a la comunidad y de las entrevistas

4.5.1. Presentación de los resultados de la encuesta a la comunidad

1. ¿Cómo califica usted el servicio que ofrecen los restaurantes del balneario San Clemente?

Tabla 13.

Orden	Alternativas	<i>f</i>	%
1	Deficiente	67	76,10
2	Regular	13	14,80
3	Bueno	8	9,10
4	Muy Bueno	0	0

Nota: Preguntas a la comunidad del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

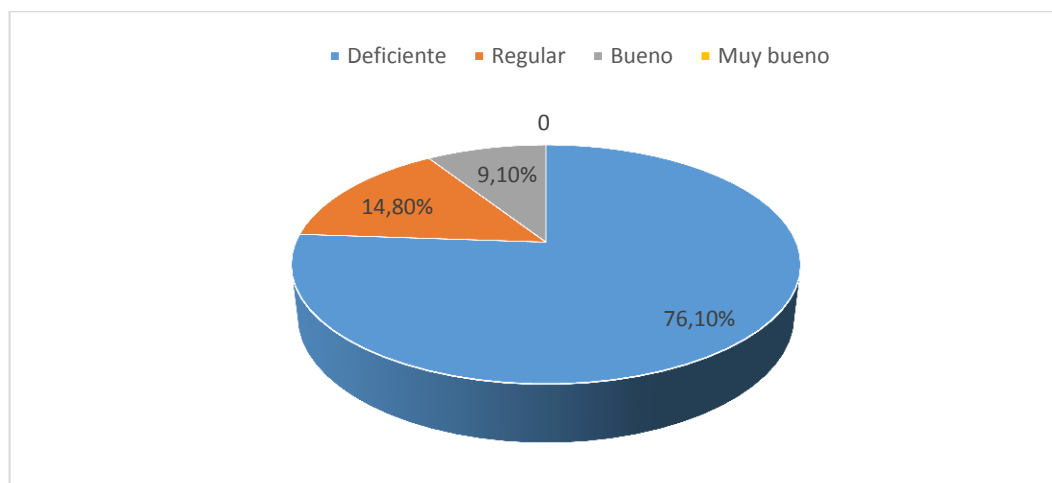


Gráfico N°.11. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Estos resultados dejan ver con claridad que más de la mitad de la muestra de los miembros de la comunidad representada en un 76,10% reconoce que hay deficiencia en el servicio de los restaurantes.

2. ¿El personal de servicio de los restaurantes en el balneario San Clemente están debidamente capacitados para este servicio?

Tabla 14.

Orden	Alternativas	<i>f</i>	%
1	SI	8	10,0
2	NO	80	90,0

Nota: Preguntas a la comunidad del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

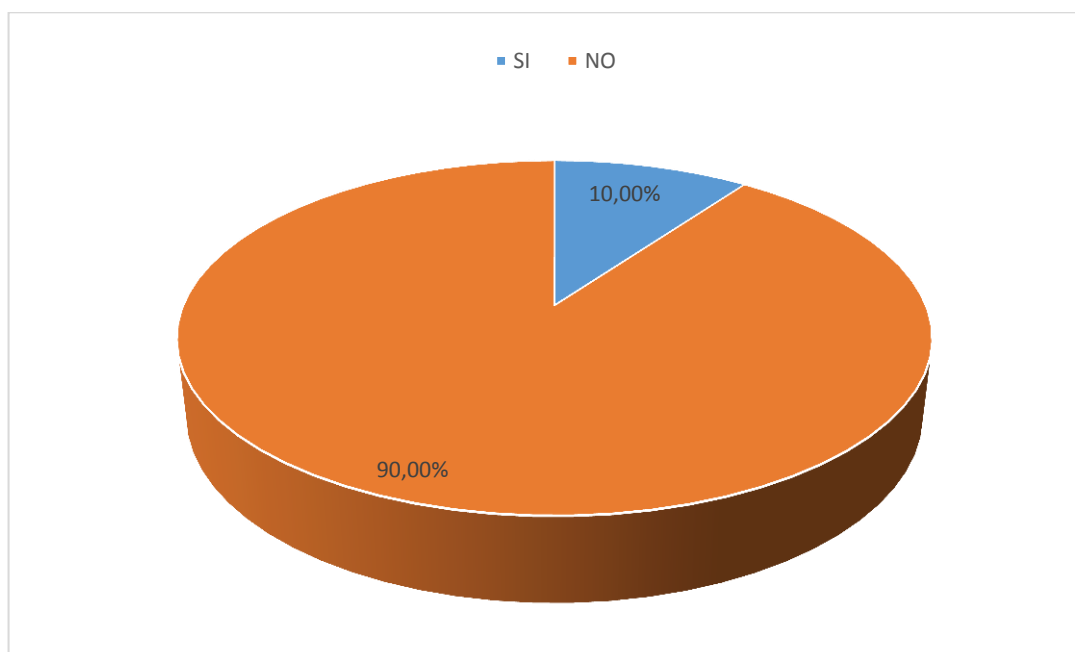


Gráfico N.º 12. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Claramente se puede observar que el 90% de afirma que los prestadores de servicio de los restaurantes de San Clemente no están debidamente capacitados para ofrecer este servicio.

3. ¿El deficiente servicio en el área del restaurante afecta la imagen del desarrollo turístico del balneario San Clemente?

Tabla 15.

Orden	Alternativas	f	%
1	SI	84	95,0
2	NO	4	5,0

Nota: Preguntas a la comunidad del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

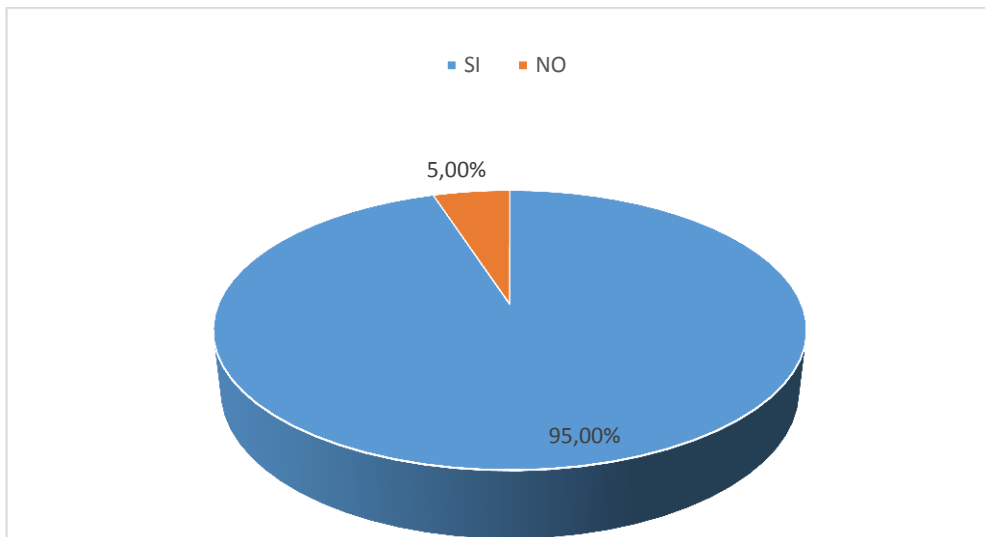


Gráfico N°.13. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Con estos resultados el 95% de la muestra indica claramente que la imagen turística de San Clemente si es afectada por el deficiente servicio que existe.

4. ¿Como miembro de la comunidad, ¿usted, en que espera que mejoren los restaurantes de San Clemente?

Tabla 16.

Orden	Alternativas	f	%
-------	--------------	-----	---

1	Servicio	61	69
2	Infraestructura	27	31

Nota: Preguntas a la comunidad del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

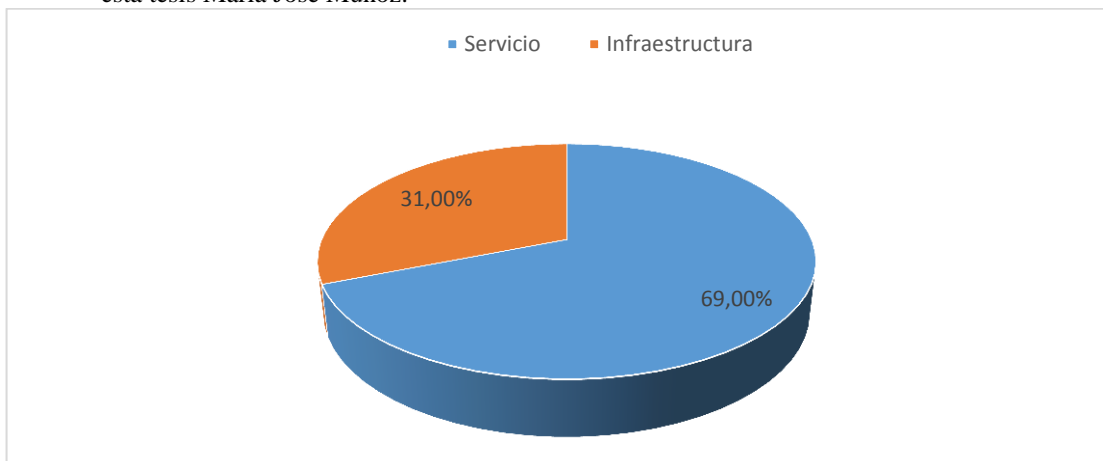


Gráfico N°.14. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Ambos aspectos son de suma importancia y necesitan ser mejorados pero como lo muestran los resultados el 69% esperan que los restaurantes de San Clemente mejoren el servicio que están ofreciendo.

5. ¿Es indispensable que el personal del servicio de los restaurantes junto con los propietarios deben estar en constante capacitación?

Tabla 17.

Orden	Alternativas	<i>f</i>	%
1	SI	88	100
2	NO	0	0

Nota: Preguntas a la comunidad del balneario San Clemente. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

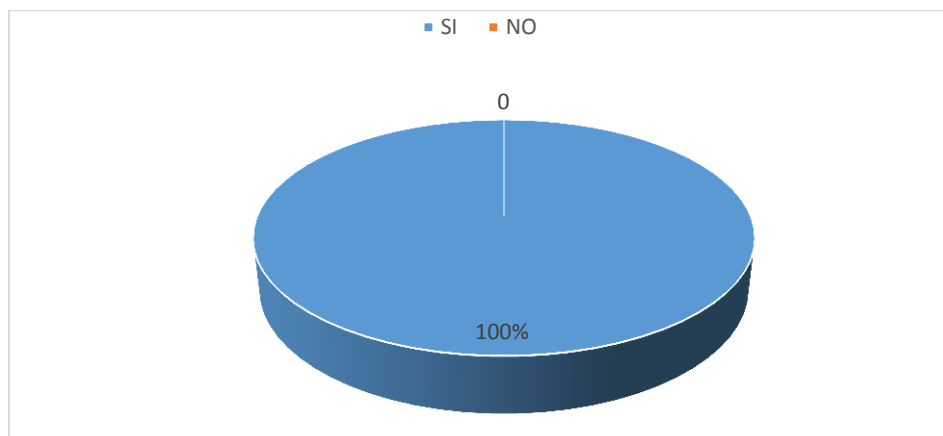


Gráfico N°.15. Presentación de porcentaje. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

Estos resultados dejan ver con claridad que el 100% de la muestra afirma que tanto personal de servicio como propietarios de los restaurantes deben estar en constante preparación capacitándose para brindar un servicio de calidad.

4.6. Entrevista a la Directora de Turismo del GAD Sucre

Datos

Nombre: Lcda. Cristina Ruperti Vélez – Directora de Turismo

Fecha: 20 de Abril 2015

Lugar: Dirección de turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del canto Sucre

1. ¿Cómo califica usted la atención al cliente en los restaurantes del balneario San Clemente?

Aun es un poco deficiente la atención al cliente no solo en los restaurantes del balneario San Clemente sino también en todo el cantón Sucre.

2. ¿Cuentan con algún programa de atención al cliente en el área de restaurantes en el que se evalúe, capacite, y se haga seguimiento de los resultados?

Sí, contamos con un programa de capacitación que está incluido en el POA del 2015, pero aún no ha sido ejecutado, en el cual se capacitará a todos los restaurantes del cantón Sucre, y los principales temas a tratar son atención al cliente, manipulación de alimentos, calidad, control, precio, imagen.

3. ¿Qué tipo de material bibliográfico utilizan para las capacitaciones en el área de servicio de restaurantes?

Estamos queriendo incorporar un manual de estándares de calidad con su material de soporte, aun no lo tenemos elaborado estamos en proceso de elaboración.

4. ¿Qué otros programas, proyectos están gestionando o desarrollando para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente?

Vamos a empezar con una campaña de concienciación del turismo para nuestro cantón.

5. En el ámbito del desarrollo turístico ¿Qué estrategias están desarrollando para mejorar la imagen turística de las playas del cantón Sucre?.

Tenemos planificado desarrollar nuevos proyectos turísticos, como destacar el turismo comunitario.

4.7. Entrevistas realizadas a los representantes de los restaurantes.

Además de levantar fichas de observación y encuesta también se realizó entrevistas a los representantes de los restaurantes del balneario San Clemente, los cuales respondieron las siguientes preguntas.

Entrevista 1.

Datos.

Nombre: Meier Torsten.

Fecha: 11 de Octubre 2014.

Lugar: Sabor Bamboo.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?.

Si son suficientes para cubrir la demanda y paseo 10 mesas 60 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?.

Proveedores y en Supermaxi.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

No, porque para mí calidad es buen servicio, precio y buena comida.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

El ser profesional en turismo y porque me gusta el área del turismo.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

No, porque el Ministerio laboral no le permite tener más empleados y cuento con 3.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si Porque estudie turismo para emprender mis negocios.

Entrevista 2.

Datos.

Nombre: Eurípides Cedeño.

Fecha: 11 de Octubre 2014.

Lugar: Restauran Submarino

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes para cubrir la demanda y poseo 21 mesas y 84 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Local, parroquial y cantonal.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si .

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por vocación.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y cuento con 3 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si porque son importantes pero son pocas a las que he asistido.

Entrevista 3.

Datos.

Nombre: Diana Bravo.

Fecha: 11 de Octubre 2014.

Lugar Restaurant Viviana.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si, es suficiente y poseo 20 mesas y 80 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Cantonal.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Porque me gusta este servicio.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si, son suficientes y cuento con 7 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si pero solo una vez.

Entrevista 4.

Datos.

Nombre: Ramón Cedeño.

Fecha: 11 de Octubre 2014

Lugar: Restauran Karina.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si, son suficientes y poseo 12 mesas y 50 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Parroquial y cantonal.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si

4. ¿Qué lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por necesidad.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. si no por qué?

Si, son suficientes y cuento con 6 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

No porque no tengo tiempo.

Entrevista 5.

Datos.

Nombre: Henry Castro.

Fecha: 12 de Octubre 2014.

Lugar: Restauran Sea food.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si, son suficientes y poseo 12 mesas y 72 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Proveedores.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Qué lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por vocación.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficiente cuento con 3 empleados pero en temporada alta solicito 16 personas más.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Sí, porque es importante para el negocio.

Entrevista 6.

Datos.

Nombre: Fredi Macas.

Fecha: 12 de Octubre 2014.

Lugar: Restauran Rosita Maria

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si es suficiente y poseo 10 mesas y 60 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Cantonal.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por necesidad.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y cuento con 4 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Regular.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si solo una vez.

Entrevista 7.

Datos

Nombre: Jhony Navarrete.

Fecha: 12 de Octubre 2014.

Lugar Restaurante El Edén.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si, son suficientes y poseo 12 mesas y 80 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Parroquial.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Poseo un hotel y me vi en la necesidad de emprender con este negocio.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficiente y cuento con 3 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si solo dos veces.

Entrevista 8.

Datos.

Nombre: Jesenia García

Fecha: 12 de Octubre 2014.

Lugar Restauran Cosa del Sol.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y poseo 12 mesas y 50 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Cantonal y proveedores.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por necesidad.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y cuento con 6 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Regular.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si, pocas veces y por motivo de falta de tiempo y enfermedad ya no se ha capacitado.

Entrevista 9.

Datos.

Nombre: María Vilardell.

Fecha: 12 de Octubre 2014.

Lugar: Ceibo y Bambu.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y poseo 8 mesas y 48 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Proveedores.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

La propietaria es Ingeniera. en alimentos y su familia tiene una cadena de restaurantes.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Muy bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si, constantemente estamos capacitándonos.

Entrevista 10.

Datos.

Nombre: Pascual Muñoz.

Fecha: 12 de Octubre 2014.

Lugar: Restaurante Mi Ranchito.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

No, porque 6 mesas y 24 sillas en temporadas altas no son suficiente para cubrir la demanda.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Parroquial.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por el sustento familiar.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si, son suficientes y cuento con 4 empleados pero en temporada altas solicitan más personal.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Regular.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si pocas veces.

Entrevista 11.

Datos.

Nombre: Adrian Lucas.

Fecha: 18 de Octubre 2014.

Lugar: Katanga 1.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

No. 6 mesas 24 sillas le hace falta más sillas y mesas para cubrir la demanda.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Proveedores.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por el sustento del hogar.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y cuento cuento con 3 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si hace dos años.

Entrevista 12.

Datos.

Nombre: Yanira Chumo.

Fecha: 18 de Octubre 2014.

Lugar: Restauran Domenica.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficiente poseo 8 mesas y 48 sillas pero en feriados le faltan más.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Proveedores.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Porque San Clemente es un balneario turístico y se vive del turismo.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y cuento con 4 empleados pero en feriados contrato más personal.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Regular.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Sí, porque es importante aprovechar las capacitaciones que se presentan.

Entrevista 13.

Datos.

Nombre: Marisol Delgado.

Fecha: 18 de Octubre 2014.

Lugar: Restauran 5 Hermanos.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y poseo 4 mesas y 24 sillas pero en feriados aumenta 4 mesas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Parroquial.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por el sustento del hogar.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y cuento con 4 empleados pero en feriados contrato 3 personas más.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si 5 capacitaciones.

Entrevista 14.

Datos.

Nombre: Frowen Carreño.

Fecha: 18 de Octubre 2014.

Lugar: Restauran Los Parasoles.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y poseo 9 mesas 56 sillas pero en feriados aumenta 6 mesas más.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Parroquial.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por herencia familiar.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficiente y cuento con 3 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Regular.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si dos capacitaciones.

Entrevista 15.

Datos.

Nombre: Frower Rodríguez.

Fecha: 18 de Octubre 2014.

Lugar: Frower Restauran.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficiente y poseo 12 mesas y 50 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Local.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Deseos de servir y para fomentar el turismo.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficiente y cuento con 4 empleados pero en feriados contrato 8 personas más.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si, constantemente hasta el momento 12 capacitaciones recibidas.

Entrevista 16.

Datos.

Nombre: Mercedes Cobeña.

Fecha: 19 de Octubre 2014.

Lugar Spondilus.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y poseo 8 mesas 50 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Local.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por vocación.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y cuento con 4 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si pocas veces.

Entrevista 17.

Datos.

Nombre: Vicente Zambrano.

Fecha: 19 de Octubre 2014.

Lugar: Espuma del Mar.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y poseo 9 mesas y 50 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Parroquial.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por el sustento del hogar.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes cuento con 4 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si dos veces.

Entrevista 18.

Datos.

Nombre: Jesica Ostaiza.

Fecha: 19 de octubre 2014.

Lugar: Restauran Gemita.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficiente poseo 11 mesas y 54 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Parroquial.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Fuente de ingreso.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes y cuento con 5 empleados pero en feriados contratan 12 personas.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si una sola vez.

Entrevista 19.

Datos.

Nombre: Flores Careño.

Fecha: 19 de Octubre 2014.

Lugar: Olas del Mar.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes poseo 7 mesas 30 sillas pero en feriados les hacen falta más.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Local y proveedores.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por motivación de la familia.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficiente y cuento con 4 empleados.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Regular.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si porque es importante mejorar.

Entrevista 20.

Datos.

Nombre: Carmen Murillo.

Fecha: 19 de Octubre 2014.

Lugar: Mar y Tierra.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes poseo 11 mesas 44 sillas.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Cantonal.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por vocación y sustento del hogar.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes 4 empleados para cubrir la demanda diaria pero en feriados contrato más personal.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Buena.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si solo una vez.

Entrevista 21.

Datos.

Nombre: Adrián Lucas.

Fecha: 19 de Octubre 2014.

Lugar: La Katanga 2.

1. ¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. Si no por qué?

No. Por que solo poseo 8 mesas 28 sillas y me hacen falta más sillas y mesas para cubrir la demanda.

2. ¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?

Proveedores.

3. ¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si no porque?

Si.

4. ¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?

Por sustento del hogar.

5. ¿Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. Si no por qué?

Si son suficientes ya que cuento con 3 empleados 2 personas fijas y 1 eventual.

6. ¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?

Bueno.

7. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?

Si hace 2 años.

4.8. Matriz de comprobación de hipótesis y objetivos.

Cuadro 7.

Objetivo general	Hipótesis general	Resultados
Analizar la atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente	La atención al cliente permitirá mejorar la calidad del servicio.	Entrevista realizada a la Directora de turismo del GAD Sucre. Lcda. Cristina Ruperti Vélez. ¿Cómo califica usted la atención al cliente en los restaurantes del balneario San Clemente? Aun es un poco deficiente la atención al cliente no solo en los restaurantes del balneario San Clemente si no también en todo el

		<p>cantón Sucre.</p> <p>¿Cuentan con algún programa de atención al cliente en el área de restaurantes en el que se evalúe, capacite, y se haga seguimiento de los resultados?</p> <p>Sí, contamos con un programa de capacitación que está incluido en el POA del 2015, pero aún no ha sido ejecutado, en el cual se capacitará a todos los restaurantes del cantón Sucre, y los principales temas a tratar son atención al cliente, manipulación de alimentos, calidad, control, precio, imagen.</p> <p>¿Qué tipo de material bibliográfico utilizan para</p>
--	--	--

		<p>las capacitaciones en el área de servicio de restaurantes?</p> <p>Estamos queriendo incorporar un manual de estándares de calidad con su material de soporte, aun no lo tenemos elaborado estamos en proceso de elaboración</p> <p>Entrevista dirigida a un propietario de restaurante del balneario San Clemente</p> <p>¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. Está usted de acuerdo con esta definición. Si, no porque?</p> <p>No, porque calidad es buen servicio, precio y</p>
--	--	--

		buena comida. ¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio? Si, ya que es importante aprovechar las capacitaciones que se presentan
Objetivo específico	Hipótesis	Resultados
Enlistar y Caracterizar todos los restaurantes del escenario en mención para identificar las falencias de cada uno de ellos.	La lista y caracterización de los restaurantes permitirá identificar falencias de cada uno de ellos	El balneario San Clemente, parroquia Charapoto, cantón Sucre provincia de Manabí República del Ecuador, cuenta con una gama variada de establecimientos que ofrecen servicio de comidas y bebidas. Para la identificación de los establecimientos de comidas y bebidas en San

		<p>Clemente se trabajò utilizando la investigación de campo, que permitió observar y enlistar dicha oferta de restaurantes de San Clemente.</p> <p>Dando como resultado 24 restaurantes.</p> <p>Por medio de la investigación de campo se logró observar lo siguiente</p> <p>Tipo de infraestructura:</p> <p>Cemento y madera</p> <p>Servicio de agua: Potable distribución por tanqueros</p> <p>Servicio de baños:</p> <p>1 solo baño que lo comparten clientes y personal de servicio</p> <p>Señaletica:</p> <p>No</p>
--	--	--

		<p>Observaciones:</p> <p>Local alquilado y llevan más de 20 años allí sin remodelación</p> <p>Por medio del instrumento de medición la entrevista se permitió obtener más características de los restaurantes</p> <p>¿Es suficiente el # de mesas y sillas que posee en su restaurante. si no por qué?</p> <p>Sí, 10 mesas y 60 sillas</p> <p>¿Dónde obtiene la mayor cantidad de insumos de víveres?</p> <p>Proveedores y parroquial</p> <p>¿Es suficiente el # de</p>
--	--	---

		<p>empleados que posee en su restaurante. si no por qué?</p> <p>Si, 7 empleados</p> <p>¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?</p> <p>Bueno</p>
Objetivo especifico	Hipótesis	Resultados
<p>Diagnosticar al personal de servicio de los restaurantes para evaluar sus destrezas y capacidades.</p>	<p>El diagnostico al personal de servicio de los restaurantes permitirá evaluar sus destrezas y capacidades</p>	<p>¿Ha recibido alguna capacitación sobre atención al cliente?</p> <p>Si, 1 capacitación hace 1 año</p> <p>¿Qué es lo que más le agrada hacer a usted en su trabajo?</p> <p>Atender a los clientes</p>

		<p>¿Está usted dispuesto a recibir capacitaciones que fortalezcan sus habilidades en el trabajo?</p> <p>Si</p> <p>En función de sus destrezas y habilidades</p> <p>¿Recibe propina?</p> <p>Si, pocas veces</p>
--	--	--

Nota: Matriz de comprobación de hipótesis. Elaborado por la autora de esta tesis María José Muñoz.

CAPITULO V.

5. Conclusiones y recomendaciones.

5.1. Conclusiones.

Con base a los resultados que se muestran de los instrumentos de medición que se utilizaron se concluye que el 90% de los empleados de los restaurantes del balneario San Clemente reflejan desmotivación al realizar su trabajo en el área del servicio de atención al cliente y por ende no se está ofreciendo calidad. En el caso de los empleados que llevan más de 7 años trabajando en esta área es insatisfactorio ver la deficiente atención al cliente que ofrecen.

Por otra parte los resultados en el caso de que los empleados porten uniformes al brindar el servicio se conocieron que más de la mitad no posee uniformes, en conclusión esto refleja el poco interés en mejorar la imagen al atender al cliente.

Con respecto de los resultados basados en uno de los instrumentos de medición se encuentra que un poco más de la mitad de los empleados aseguran haber recibido más de una capacitación, en lo cual se concluye que existe una muestra que si se interesa en mejorar siempre y cuando apliquen los conocimientos aprendidos lo cual no es notorio, y por otra parte es muy insatisfactorio ver que existen empleados que jamás se han capacitado y se encuentran ofreciendo un deficiente servicio.

Basándome en los resultados se encuentra que la mayoría de los empleados les agrada atender a los clientes y se llega a la conclusión que esta fortaleza que ellos muestran es importante que la mantengan y se fortalezcan aún más con preparación.

Es muy satisfactorio ver que uno de los resultados de la encuesta se muestra que el 100% de la muestra desea asistir a futuras capacitaciones concluyendo que solo es cuestión de motivar e insistir en preparar al personal para conseguir poder brindar un mejor servicio.

Finalizando con las conclusiones con base a los resultados de la encuesta, se muestra que un poco más de la tercera parte de la muestra afirma que este empleo si les da tiempo para estudiar, en conclusión prepararse profesionalmente es muy importante en esta área del servicio.

5.2. Recomendaciones.

Es importante más que prepararse científicamente brindar el servicio con calidez, carisma, rapidez, gentileza, el saludo y sobre todo siempre con una sonrisa al atender a los clientes.

No es necesario invertir mucho dinero en uniformes sofisticados, ya que el uniforme para este servicio puede estar compuesto por jeans, una camiseta tipo polo con el logo del restaurante y el nombre del empleado, y para completar el uniforme es recomendable que el empleado porte zapatos cómodos cerrados para evitar mostrar los dedos de los pies que puede ser desagradable, así mismo la higiene es fundamental, se

debe llevar el uniforme siempre limpio, las manos limpias, uñas cortas, evitar las lociones fuertes y en el caso de las mujeres mantener el cabello recogido.

Es importante que los empleados de los restaurantes aprovechen todas las oportunidades que se presenten sobre capacitaciones u otro medio para mejorar el servicio, y que los dueños o propietarios de los restaurantes motiven a sus empleados a capacitarse y mostrar su total apoyo.

Los empleados deben aprovechar todos los medios necesarios para mejorar su atención al cliente, y si el trabajo no le da tiempo para ir a recibir una capacitación es importante que se den un tiempo para autocapacitarse siempre y cuando cuente con las herramientas necesarias.

Aprovechen todas las oportunidades que se presenten para capacitarse y mejorar día a día, y hacerlo voluntariamente no por obligación que por lo general suele pasar.

Nunca es tarde para estudiar y esta recomendación es dirigida tanto para los empleados de los restaurantes como para los propietarios, ya que la mayoría han emprendido este negocio sin ningún conocimiento en el ámbito de atención al cliente, y su falta de preparación perjudica a la imagen del desarrollo turístico del balneario San Clemente.

CAPITULO VI.

8. Propuesta.

6.1. Título de la propuesta.

Diseño de un manual estratégico para la atención al cliente de los restaurantes del balneario San Clemente.

6.2. Introducción.

Actualmente, con la apertura de nuevos emprendimientos de servicio de comidas y bebidas, así como por el deseo de los clientes en recibir un producto o servicio adecuado de calidad, hace que las bases fundamentales de éxito de todo establecimiento de servicio estén fundamentadas en la atención al cliente y la excelencia en el servicio. De los resultados de la investigación se concluyó que es muy necesaria la preparación para dar un excelente servicio al cliente, por ello la presente propuesta consiste en la elaboración de un manual de atención al cliente para fortalecer y motivar a los empleados de los restaurantes del balneario San Clemente

Es en este contexto, que se encuentra la razón de ser dentro del proceso de la modernización enfocado a mejorar la atención al cliente el cual tiene como objetivo fundamental hacerlo más eficiente y lograr, de consecuencia, un servicio de calidad en los restaurantes del balneario San Clemente.

Alrededor de la elaboración del manual, una tarea persistente será la búsqueda de la calidad para lograr importantes impactos sobre todo en los aspectos turísticos. El

objetivo fundamental de la realización de un Manual de Atención y Servicio al cliente, es servir de guía para el personal de servicio para la atención de los clientes.

El enfoque actual hacia el cliente, hace que todo establecimiento de servicio sienta de fundamental importancia que se forme el recurso humano en la atención al cliente, ya que la calidad en quienes brindan un servicio o producto generan la imagen externa de la empresa.

Este manual por medio de elementos teórico prácticos, servirá de herramienta para que los clientes de los restaurantes del balneario San Clemente reciban la atención y calidad en el servicio que se merecen, mejorando por ende la imagen del restaurante y del desarrollo turístico de San Clemente..

6.3. Justificación.

La presente propuesta se justifica como resultado de la investigación realizada, la cual a partir de la hipótesis “La atención al cliente permitirá mejorar la calidad del servicio” la misma que permitió concluir en que la implementación de un manual de atención al cliente es ideal para mejorar la atención al cliente y por ende llegar a brindar calidad en el servicio.

De la implementación de este manual se beneficiaran directamente los empleados de los restaurantes del balneario San Clemente e indirectamente los propietarios de los restaurantes y en sí toda la sociedad manabita.

6.4. Objetivos.

6.4.1. Objetivo General

Diseñar un manual de estrategias para la atención al cliente de los restaurantes del balneario San Clemente.

6.4.2. Objetivos específicos

Indagar información y documentos legales para que sustenten este tipo de manual.

Establecer estrategias que permitan fortalecer la preparación continua de los actores involucrados.

Socializar con la comunidad y autoridades competentes para considerar sus puntos de vista, necesidades e ideas.

Establecer un diseño para darle una visión atrayente al manual.

6.5. Unidad ejecutora.

Propietarios de los restaurantes del balneario San Clemente parroquia Charapoto cantón Sucre provincia de Manabí República del Ecuador.

6.6. Periodo de ejecución.

Fecha de inicio: Agosto de 2014

Fecha final: Junio 2015

Duración del proyecto: 10 meses

6.7. Marco teórico.

Revisando el trabajo de Bermeo y Calda¹⁹ (2014) citan los siguientes conceptos básicos:

Seguridad Alimentaria: Seguridad Alimentaria es un estado en el cual todas las personas gozan, en forma oportuna y permanente, de acceso físico, económico y social a los alimentos que necesitan, en cantidad y calidad, para su adecuado consumo y utilización biológica, garantizándoles un estado de bienestar general que coadyuve al logro de su desarrollo.

BPM: 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. (Art. 2, Decreto Ejecutivo 3253).

POES: Los Procedimientos Operativos Estandarizados de Saneamiento (POES) son aquellos procedimientos escritos que describen y explican cómo realizar una tarea para lograr un fin específico, de la mejor manera posible. Existen varias actividades y operaciones, además de las de limpieza y desinfección, que se llevan a cabo en un establecimiento elaborador de alimentos que resulta conveniente estandarizar y dejar constancia escrita de ello para evitar errores que pudieran atentar contra la inocuidad del producto final.

Contaminación Cruzada: Se conoce como Contaminación Cruzada al proceso por el cual los alimentos entran en contacto con sustancias ajenas a su composición, generalmente nocivas para la salud. (p.2)

Continuando con el trabajo de Bermeo y Caldas²⁰ (2014)

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

Limpieza: Cubre todos los procesos implicados en la eliminación de todo tipo de suciedad de las superficies y el equipo, pero no los que corresponden a la desinfección. Los desechos a eliminarse con la limpieza son residuos de comida, tierra, grasas y otros residuos. (p. 3)

¹⁹ V, Bermeo y C, Caldas (2014) p, 2 Manual de procedimientos operativos para restaurantes de comida rápida. Cuenca Ecuador. [En línea] Consultado: (15 Enero 2015). Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/2/Manual.pdf>

²⁰ V, Bermeo y C, Caldas (2014) p, 2 Manual de procedimientos operativos para restaurantes de comida rápida. Cuenca Ecuador. [En línea] Consultado: (15 Enero 2015). Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/2/Manual.pdf>

6.8. Alcance de los objetivos de la propuesta.

6.8.1. Información que sustenta el tipo de manual elaborado

Concepto de Manual.

Revisando el documento de Gabriela Pintos²¹ (2009) Se puede definir a un manual como:

“Un registro inscrito de información e instrucciones que conciernen al empleado y pueden ser utilizados para orientar los esfuerzos de un empleado en una empresa” o “un documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, información o instrucciones sobre historia, organización política y procedimientos de una empresa, que se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo.

De esta definición se pueden inferir algunas características respecto a los manuales administrativos:

Reúnen información relevante para un usuario determinado, sobre un tema determinado. El usuario puede ser interno a la organización o externo: clientes, proveedores u otros interesados pueden hacer uso de éstos en su relacionamiento con la organización.

Además de brindar información, los manuales con frecuencia brindan instrucciones para guiar la actuación de empleados y otras personas.

La información e instrucciones recopiladas se presentan en forma ordenada y sistemática. Un manual ordena y sistematiza todas las disposiciones que contiene, permitiendo su rápida ubicación y relacionándolas en forma lógica.

Se orientan al usuario, procurando asistirlo en la realización de su trabajo, para el caso de manuales orientados a los empleados o en su relacionamiento con la empresa para el caso de manuales dirigidos a usuarios externos a la organización (proveedores, clientes, usuarios).

Tipos de manuales administrativos: Existen diversos tipos de manuales, según sea su contenido, alcance o destinatarios.

De acuerdo a su destinatario, se pueden encontrar:

Manuales cuyos usuarios son miembros de la organización, como por ejemplo los manuales de procedimientos.

Manuales destinados a usuarios externos a la organización: clientes, proveedores, público en general, como por ejemplo los manuales generales de la organización que se mencionan en este documento. Con referencia al contenido, se pueden distinguir, entre otros:

Manuales de Organización y Funciones.

Manuales de Procedimientos.

Manuales de Cargos.

²¹Pintos, G. (2009, Mayo) Facultad de Ciencias Económicas y de Administración Departamento de Ciencias de la Administración Cátedra de Organización y Métodos Administrativos Los manuales administrativos hoy. Consultado: (15 Enero 2015). [En línea] Disponible en <http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catoym/material/2009-05-Los%20Manuales%20Administrativos%20Hoy.pdf>

Respecto a su alcance, se pueden distinguir:

Manuales generales, que contienen información o instrucciones respecto a diversos tópicos o contenidos, como ejemplo los manuales de organización y funciones.

Manuales específicos, que detallan información respecto a un área o tema específico, como por ejemplo un Manual de Compras.

Las distintas organizaciones elaboran manuales de acuerdo a sus necesidades y a los requerimientos de los usuarios.

Respecto a un mismo tópico o contenido es posible encontrar enfoques y alcances diferentes de acuerdo a las especificidades de las distintas organizaciones.

6.8.2. Resultados de la elaboración del manual

Presentación.

La presente información es un manual de estrategias de atención al cliente dirigido exclusivamente a los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente – parroquia Charapoto – cantón Sucre – provincia Manabí – República del Ecuador, mismo que está compuesto de segmentos, cada uno de ellos refleja paso a paso las estrategias y normas que se deben aplicar para brindar un servicio de calidad en los establecimientos de comidas y bebidas.

Además al aplicar las estrategias y normas especificadas en este manual el usuario se beneficiará ya que estos nuevos conocimientos le permitirán brindar un servicio de calidad a los clientes, dejándole la satisfacción de haber realizado un trabajo eficiente que de seguro será muy bien recompensado.

Resumen.

Este manual de estrategias de atención al cliente, surgió como propuesta de los resultados que se obtuvieron de la investigación que se llevó a cabo en los

establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente, el mismo que fue creado de manera profesional, en el cual se tomaron en cuenta las necesidades del cliente y de este modo llegar a brindar un mejor servicio.

Con este manual estamos dando un aporte al servicio turístico de comidas y bebidas del balneario San Clemente, y a su vez se con la aplicación de este manual se comprueba la hipótesis que se estableció en la investigación: La atención al cliente permitirá mejorar la calidad del servicio.

Abstract.

This manual of customer strategies, emerged as a proposal of the results that were obtained from the research that was carried out in the establishments of meals and beverages of the San Clemente, which was created in a professional manner, in which we took into account the needs of the customer and thus get to provide better service.

With this manual are giving a contribution to the tourist service of meals and drinks from the San Clemente, and in turn is the hypothesis established in the research "customer service will improve the quality of the service" is checked with the implementation of this manual.

Introducción.

El balneario San Clemente tiene una ubicación estratégica en el turismo ya que está en el centro de la provincia de Manabí siguiendo el perfil costanero, tiene 4 km de playa y hacia el norte está limitado con la punta de Charapoto y al sur con la

continuidad de la playa de San Jacinto, al este con tierras para la agricultura y al oeste con el océano pacífico.

Sus habitantes tienen su ingreso económico por la agricultura, comercio, pesca y en los últimos 10 años por el turismo, por lo que se conoce que esta actividad del turismo está indagada de una forma incipiente, y en el área de comidas y bebidas quienes se dedican son personas que tienen una formación en la educación básica superior y bachillerato, lo que claramente determina la necesidad de que los dueños de restaurantes y comedores tengan una herramienta como el presente manual para mejorar sus servicios de atención al cliente y sus ingresos económicos, el cual consta principalmente de estrategias de servicio y normas básicas de la atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas.

Es imperativo que nuestra gente dedicada al turismo ponga en práctica estas normas, ya que los propietarios y personal de servicio no disponen del tiempo necesario para capacitarse constantemente. Este manual es de suma importancia porque en el balneario San Clemente hay la continua presencia de turistas de las diferentes provincias del país y del extranjero.

Objetivos.

Brindar una mejor atención al cliente en los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente para reflejar calidad en esta área de servicio turístico.

Servir de herramienta para el personal de atención al cliente permitiendo que mejore su preparación.

Aplicar las presentes normas y estrategias para la satisfacción del cliente.

Primer segmento.

¿Cómo llegar al éxito en un establecimiento de comidas y bebidas?

Para alcanzar el éxito en la atención al cliente se debe tener en cuenta lo siguiente: El Manual lo convertirá en un triunfador, siempre y cuando, usted, así lo quiera, aprender para servir, tú haces el cambio, aprender es sinónimo de mejoramiento y progreso

Revisando las memorias del curso taller la hotelería siglo XXI dictado por Aguirre²² (2011) se encontró lo siguiente:

¿Cuándo se tiene éxito en el servicio?

Cuando se es capaz de poner al cliente en el centro de la atención del servicio.

Cuando se tiene una actitud positiva y un carácter alegre.

Cuando se tiene un alto nivel de energía y disfruta trabajando a un ritmo acelerado.

Cuando se considere que el trabajo es fundamentalmente una profesión de relaciones humanas.

La Excelencia en el Servicio al Cliente, nace cuando se toma conciencia de que no basta el hecho de cumplir con las obligaciones del trabajo cotidiano.

Los clientes de un restaurante quieren algo más que una comida.

Los clientes quieren algo más que el producto o servicio que usted ofrece.

Los mejores prestadores de servicio no nacen, se hacen.

Los Clientes compran experiencias, no sólo comida.

Segundo segmento.

Imagen y presentación.

Nada es mejor en el servicio al cliente que → Transmitir. Una buena manera de transmitir una actitud positiva es cuidando la imagen, tanto del personal como del establecimiento, ambas deben permanecer siempre impecables. Nunca tendrá usted una segunda oportunidad de causar una primera buena impresión.

²² Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Analizando el manual de Bermeo y Caldas²³ (2014) se define lo siguiente:

Higiene personal

Las manos deben estar siempre limpias, las uñas cortas y sin esmalte, no se debe utilizar anillos, pulseras o cualquier objeto que pueda almacenar restos de alimentos.

El cabello debe estar siempre limpio y recogido.

Importante.

Evitar movimientos y gestos que puedan denotar suciedad: Prohibido fumar, meter las manos en los bolsillos, mascar chicle, comer, tocarse la cara o el cabello, ya que estas actitudes son consideradas antihigiénicas.

El uniforme.

Siempre se debe usar el uniforme limpio impecable. Los cocineros/as deben usar gorro que cubra el cabello completamente, además deben portar malla y el cabello recogido.



Gráfico N°.16. Uniforme del cocinero²⁴
Imagen tomada de papeldigital.bligoo.com

Los meseros pueden optar por un uniforme cómodo, una camiseta fresca con el logo del establecimiento, un jean y zapatos adecuados y cómodos para trabajar.

²³ Bermeo, V. y Caldas, C. (2014, Mayo) Manual de procedimientos operativos para restaurantes de comida rápida. Cuenca Ecuador. . [En línea] Consultado: (20 Enero 2015). Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/2/Manual.pdf>

²⁴ Papel Digital (2014) [En línea] Consultado 17 julio 2015. Disponible en: <https://www.google.com.ec/papeldigital>.



Gráfico N°.17. Uniforme del mesero²⁵.
Imagen tomada de Hotel Barceló Costa Cancún.
www.en-mexico.com.mx.

Continuando con el análisis del manual de Bermeo y Caldas²⁶ (2014) se define lo siguiente:

Recuerde que un uniforme sucio deja una mala impresión en los clientes.
Compostura.

Las actitudes durante la jornada de trabajo deben ser las apropiadas.

No se debe apoyar en las paredes, no sentarse en las mesas, no se debe jugar con las herramientas y equipos, al caminar con cuchillos en la mano tener precaución de llevarlos siempre con la hoja hacia abajo o boca arriba apoyado en el antebrazo.

Ser amable.

La amabilidad refleja la predisposición a atender de manera inmediata al cliente.

Se debe mantener una imagen de interés en el cliente que se fundamente en mantener un control visual en la zona de contacto con el cliente.

Acogida

La bienvenida.

El cliente es recibido al entrar en el restaurante, debe ser recibido por el camarero o por el propietario del local, dándole la bienvenida y deseándole los buenos días, tardes o noches.

²⁵ Hotel Barceló Costa Cancún. Disponible en: www.en-mexico.com.mx.

²⁶ V, Bermeo y C, Caldas (2014, Mayo) Manual de procedimientos operativos para restaurantes de comida rápida. Cuenca Ecuador. . [En línea] Consultado: (20 Enero 2015). Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/2/Manual.pdf>



Gráfico N°.18. Mesero da la bienvenida a los clientes. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Servicio personalizado.

El mesero acompaña al cliente hasta la mesa, lo acomoda facilitando el acceso, apartando sillas, y en caso de niños facilitarle sillas especiales.

El establecimiento

La limpieza diaria es fundamental, el establecimiento debe reflejar una imagen limpia, fresca, con un aroma agradable para el cliente.

Debe tener una correcta ventilación tanto en el área del cliente como en el área de la cocina.

Todo establecimiento debe tener sus mesas cubiertas con un mantel y para que este no se levante se coloca una tela llamada franela antes de colocar el mantel.

Las mesas deben tener un pequeño florero, este puede ser con dos a tres flores naturales que armonicen con la decoración del establecimiento, y que permita ver el rostro de la persona que esta frente a ella.



Gráfico N°.19. Mesa con la correcta mantelería. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Las sillas y mesas del establecimiento deben estar siempre limpias y en buen estado, si se coloca un mantel se recomienda que sea llano de un color que armonice con el establecimiento, es importante señalar que el mantel debe estar protegido por un vidrio, si no cuenta con estos elementos, mantenga las mesas limpias.

Los recipientes de aceite, mayonesa, salsa de tomate, salsa china, extracto de limón, entre otros, NO deben permanecer en la mesa, por lo general atraen moscas y en muchos casos estos recipientes están en mal estado.

Si el cliente solicita mayonesa, salsa de tomate u otro tipo de salsa, se le proveerá una cantidad apropiada en un platillo y si el plato solicitado es acompañado de estas salsas anticipése y no espere a que se lo solicite.

Señaléticas

Las señaléticas son elementos importantes que debe tener el establecimiento, básicamente: Establecimiento de comidas y bebidas, no fumar, baños – Hombres – Mujeres, números de emergencia, parqueo.

Es importante que los establecimientos cuenten con rampas de acceso para personas con discapacidad y que tenga la respectiva señalización.

Tercer segmento

Normas para un buen servicio de mesa.

Revisando a Aguirre²⁷ (2011) define las siguientes normas: “Se retiraran antes del servicio los menajes que no se vayan a utilizar, no poner un objeto en la mesa sin antes haberlo limpiado, la presentación de la carta o menú se hace por la derecha del cliente”.



Gráfico N°.20. Entrega de la carta. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

²⁷Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

En el trabajo de Aguirre²⁸ (2011) se encontro que:

El mesero debe estudiar el menú que se va a servir e informarse de los componentes del plato

La carta de presentación de los platos debe estar impecable, llamativa, es importante que se muestren la imagen de los platos que se ofertan y el detalle de lo que contiene cada plato para que el cliente tenga una mejor apreciación, además la letra debe ser legible y los precios claros.



Gráfico N°.21. Clientes observan la carta. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Anticiparse a las necesidades del cliente → Ofrezca todas las posibilidades de consumo. Preste atención → Escuchar y atender las necesidades del cliente.



Gráfico N°.22. El mesero receipta el pedido. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

²⁸Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Revisando a Aguirre²⁹ (2011) indica que:

Aptitudes verbales → Hablar con fluidez, soltura y rapidez.

No se debe empezar a servir hasta que la mesa este perfectamente limpia

Mientras el cliente espera el plato solicitado se le proveera de aperitivos por cuenta del establecimiento, para que la espera sea agradable.

El pedido no debe superar los 25 minutos en ser servido.



Gráfico N°.23. Los aperitivos. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Se colocará el plato por la derecha del cliente, salvo las excepciones previstas



Gráfico N°.24. Entrega del pedido. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Las ensaladas que sean guarnición de los platos, deben servirse por la izquierda del cliente.

²⁹ Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.



Gráfico N°.25. Entrega de la ensalada. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Revisando el trabajo de Aguirre³⁰ (2011) señala que:

Cuando se caiga un cubierto al suelo se repondrá por uno igual antes de retirar el caído

Se evitara los golpes con los utensilios pues son molestos para los clientes.

Hay que evitar hacer esperar al cliente entre plato y plato, a ser posible al retirar uno, debe estar listo el otro para ser servido

Cuando el cliente haya solicitado mariscos se le proveerá de agua y unas rodajas de limón.



Gráfico N°.26. Plato de mariscos. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

³⁰ Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.



*Gráfico N.º.27. Entrega de las rodajas de limón.
Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.*



*Gráfico N.º.28. Entrega del vaso de agua. Elaborada
por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.*

No se podrá retirar los platos en las mesas hasta que los clientes hayan terminado; se sirve y se retira al mismo tiempo a todos. La retirada de platos se hará por la derecha del cliente.



*Gráfico N.º.29. Retirada de los platos. Elaborada
por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.*

La comida caliente debe servirse en platos calientes y la fría en platos fríos, es decir que debe haber una armonía en la presentación de los platos. No tocar nunca la comida con las manos. Limpiar la parte inferior de platos y bandejas.

El servicio de bebidas se hará por la derecha del cliente.



Gráfico N.º.30. Servicio de bebidas. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Tanto para colocar como para retirar vasos, no debe ponerse los dedos en su interior.



Gráfico N.º.31. Forma incorrecta de retirar los vasos. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N.º.32. Forma correcta de retirar los vasos. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Cuarto segmento

Factura y despedida

Revisando a Anfitriones Turismo³¹ (2009) se encuentra que: “La factura se presenta en los 5 minutos posteriores a que ha sido solicitada por el cliente. Se despide al cliente, invitándole a volver”.



Gráfico N°.33. Entrega de la factura. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Revisando el texto de Anfitriones turismo³² (2009) se encontro que:

En la entrega de la factura se emplea algún soporte decorativo una pequeña bandeja, además, la factura se presentará siempre con el precio oculto y es acompañada con la tarjeta de presentación del establecimiento y algún obsequio bombón, caramelo, entre otros.

³¹ Anfitriones Turismo (2009) Buenas prácticas para la atención al cliente, restaurantes. Personal en contacto con el cliente. Edición de Mayo. [En línea] Consultado: (22 Enero 2015). Disponible en: http://www.acecolladomediano.org/docs/mbp_HOTELES_may09.pdf.

³² Anfitriones Turismo (2009) Buenas prácticas para la atención al cliente, restaurantes. Personal en contacto con el cliente. Edición de Mayo. [En línea] Consultado: (22 Enero 2015). Disponible en: http://www.acecolladomediano.org/docs/mbp_HOTELES_may09.pdf



Gráfico N°.34. Factura con caramelos y tarjeta de presentación. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Quinto segmento

Servicio de etiqueta

Es importante que los establecimientos de comidas y bebidas en el balneario San Clemente estén preparados para cualquier tipo de evento u ocasión que el cliente desee realizar.

A continuación se detalla el montaje de una mesa que esta lista para una ocasión especial

La mesa debe estar cubierta por un mantel apropiado para la ocasión, acompañado por un sobre mantel o si desea puede ubicar un camino de mesa como se muestra en la imagen, esto le da un toque elegante.

Las sillas son cubiertas por un forro blanco adaptado a su forma y es acompañado por un lazo del mismo color del mantel de la mesa.

Se coloca el plato base.

La cubertería se coloca de la siguiente manera: el tenedor a la izquierda con los dientes hacia arriba, el cuchillo en la derecha con la hoja hacia adentro y la cucharilla del postre en la parte superior así como se observa en la imagen.



Gráfico N°.35. Demostración de montaje de mesa. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

La cristalería

Las copas se colocaran de acuerdo al menú establecido y se las coloca en la parte superior a la derecha.

La copa de agua se coloca de primera, y se la ubica en la parte superior derecha a la altura de la punta del cuchillo. Seguida de la copa de agua se coloca la copa de vino tinto.



Gráfico N°.36. Demostración del orden de las copas. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Continuando con el análisis del trabajo de Aguirre³³ (2011) se encuentra que: “Los vinos deben servirse a la temperatura adecuada. Las copas no deben llenarse hasta el borde, sino hasta 3/4 de las mismas o 2/3”



Gráfico N°.37. Demostración del llenado de las copas. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

A continuación otro tipo de montaje de mesa, adecuado para una celebración especial. En esta ocasión la ubicación de vasos y copa es diferente, se los coloca en la parte superior central, la copa de champagne permanece en la mesa solo en el momento del brindis, y luego será retirada inmediatamente, para esta ocasión se ubican un vaso para el agua y el vaso de whisky, así como se muestra en la imagen. Cuando se vaya a servir los licores, se le proveerá de agua al cliente en la mesa.



Gráfico N°.38. Demostración de montaje de mesa. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

³³Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Sexto segmento

Continuando con el análisis del trabajo de Aguirre³⁴ (2011) se encuentra que:

- Necesidades del cliente.
- Necesidad de sentirse bien recibido
- Necesidad de recibir un servicio personalizado
- Necesidad de ser comprendido
- Necesidad de sentirse cómodo
- Necesidad de recibir un servicio ordenado
- Necesidad de sentirse importante
- Necesidad de recibir ayuda
- Necesidad de ser reconocido o recordado
- Necesidad de recibir respeto

Si se encuentra con una situación de quejas, recalamos de los clientes debe de tener en cuenta lo siguiente:

- Mire al cliente a los ojos y exprese en su rostro una actitud relajada
- Asiente ligeramente con la cabeza
- No tome las reclamaciones en forma personal
- Repítale los hechos para certificar lo que siente el cliente
- Trate de resolver inmediatamente las reclamaciones
- Observe si el cliente se siente satisfecho con la respuesta
- Mantenga la calma aun en discusiones inútiles
- Si el cliente es agresivo, llévelo a un sitio apartado
- Una reclamación, es una oportunidad de mejorar

Séptimo segmento

Lo que a un cliente le molesta

Revisando a fondo el trabajo de Aguirre³⁵ (2011) se encuentra que:

- La falta de higiene en el personal
- Que el camarero “no le vea
- Que nadie le reciba cuando llega
- Sillas incómodo
- Menaje en mal estado
- Que no haya todo lo que consta en la carta
- Malos olores y mala ventilación
- Errores en la factura
- Largas esperas pre y entre platos
- Desconocimiento de los platos por parte del personal
- Olvidos o cambios en los pedidos

³⁴ Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

³⁵ Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Uso abusivo de ambientadores
Cartas sucias y en mal estado
Falta de profesionalidad
Que la mesa o las sillas cojeen
Personal de servicio demasiado confianzudo
Que le obliguen a una salida apresurada
El recargo de IVA e impuestos
Que no le atiendan correctamente

Octavo segmento

Beneficios de una buena atención al cliente

Continuando con el trabajo de Aguirre³⁶ (2011) se encuentra que:

Mayor lealtad de los consumidores, clientes y usuarios.
Incremento de las ventas y la rentabilidad (la calidad permite, entre otras cosas, fijar precios más altos que la competencia).
Más clientes nuevos captados a través de la comunicación boca-a-boca, las referencias de los clientes satisfechos, etc.
Menos quejas y reclamaciones y, en consecuencia, menores gastos ocasionados por su gestión).
Mejor imagen y reputación de la empresa.
Una clara diferenciación de la empresa respecto a sus competidores (aunque sean productos y servicios similares a los de los competidores, los clientes los perciben como diferentes e, incluso, como únicos).
Un mejor clima de trabajo interno, ya que los empleados no están presionados por las continuas quejas de los consumidores, usuarios y clientes.
Mejores relaciones internas entre el personal ya que todos trabajan, unificados, hacia un mismo fin.
Calidad Viable
Entender que la calidad no resulta cara; más cara es la no calidad
La importancia de los recursos humanos se los determina en 2 principios.
La calidad solo es posible con unos recursos humanos adecuados
La calidad debe ser económicamente viable.

³⁶ Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

6.8.3. Estrategias que permitan fortalecer la preparación continúa de los actores involucrados

Es fundamental el establecer estrategias que permitan garantizar una eficiente y eficaz atención al cliente para brindar calidad en el servicio y mantenerla. Estas estrategias se han elaborado con base a los resultados de la investigación realizada, en la cual se mostró un amplio FODA del personal de servicio de los establecimientos de comidas y bebidas, que permitieron identificar sus debilidades para transformarlas en fortalezas dándoles las herramientas para lograr éxito en el servicio. Estas estrategias tienen como base cuatro ejes fundamentales que son: Capacitación, Control, Vinculación, y Promoción.

Cuadro 8.

Matriz de Estrategias.

ORDEN	ESTRATEGIAS	ACCIONES	DATOS DE VERIFICACION	RESPALDOS	METAS	RESPONSABLES
1	Programa de formación a propietarios y empleados de los establecimientos de comidas y bebidas	Capacitación de atención al cliente Taller práctico de técnicas de servicio Taller de innovación y renovación de imagen para el personal e infraestructura	Número de empleados Número de propietarios	Registro Fotos Videos Reportes	Lograr que los establecimientos de comidas y bebidas mejoren su calidad en servicio en un 90%	GAD SUCRE Asociación de restaurantes

		Capacitación de seguridad alimentaria				
2	Plan de control, seguimiento y evaluación a los establecimientos de comidas y bebidas	Control de calidad en el servicio de los establecimientos de comidas y bebidas. Evaluación trimestral al personal de los establecimientos de comidas y bebidas	Número de establecimientos de comidas y bebidas Número de empleados	Matriz de control de calidad Matriz de seguimiento Matriz de evaluación Check list	Lograr en un 95% mantener la calidad de servicio en los establecimientos de comidas y bebidas	GAD SUCRE
3	Establecer vínculos con instituciones públicas y privadas para fortalecer los programas de formación y control	Realizar reuniones de trabajo con a las asociaciones de restaurantes, hoteleros y autoridades del GAD Sucre y MINTUR Delegar funciones y trabajar en equipo	Número de asociaciones Números de actores involucrados	Registros Actas	Lograr vincular las organizaciones interinstitucionales del turismo para un mejor control en la formación	GAD Sucre Asociaciones de restaurantes
4	Promocionar los servicios de los establecimientos de comidas y bebidas del	Ofertas innovadoras de platos en temporadas bajas Campaña de	Número de turistas	Volantes Folletos	Lograr mayor cantidad de turistas en temporadas	GAD Sucre Asociación de restaurantes

	balneario San Clemente	promoción de los establecimientos de comidas y bebidas		Afiches	bajas	
--	------------------------	--	--	---------	-------	--

Nota: Matriz de Estrategias. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Estas estrategias estan elaboras con el fin de garantizar y mantener la calidad de servicio en los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente las cuales den ser ejecutadas por las autoridades de las organizaciones interinstitucionales para que exista un mayor respaldo y compromiso. A continuación se muestra un ejemplo de check list que servirá como herramienta para verificar si los establecimientos una vez aplicado el programa de las estrategias cumplen o no con las normas de calidad.

Cuadro 9.**CHECK LIST.**

	CUMPLE	NO CUMPLE
Señalética		
Baños para clientes Mujeres		
Baños para clientes Hombres		
Baños para el personal de servicio		
Rampas de fácil acceso para discapacitados		
Buena ventilación		
Uniformes		
Mesas con manteles y vidrio		
Sillas y mesas en excelente estado		
Pisos limpios		
Baños limpios		
Cartas de presentación en buen estado y detalle de imagen y contenido de los platos		
Correcta manipulación de alimentos		
Buena presentación de los platos		
Correcta forma de servir		
Rapidez al atender al cliente		
Tiempo adecuado en servir el plato solicitado		
Personal de servicio amable		
Personal de servicio con dominio del idioma inglés		
Aroma agradable		

Nota: Check list. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

6.8.4. Socialización con la comunidad y autoridades competentes para considerar sus puntos de vista, necesidades e ideas.

Cuadro 10.

Descripción de las actividades.

<p>Actividad N°.1</p> <p>Socialización de la creación del manual</p>	<p>Descripción de la actividad</p> <p>En esta actividad se harán visitas a los establecimiento para socializar y comunicar los beneficios que tendrán con la elaboración del manual de atención al cliente y se tomaran en cuenta sus necesidades y opiniones.</p>
<p>Actividad N°.2</p> <p>Reuniones de trabajo para la elaboración del manual</p>	<p>Descripción de la actividad</p> <p>Para la realización del manual de atención al cliente se realizaran varias reuniones de trabajo con la directora de la tesis el diseñador grafico encargado de elaborar las imágenes del manual y la autora de esta tesis.</p>
<p>Actividad N°.3</p> <p>Planificación de la capacitación</p>	<p>Descripción de la actividad</p> <p>Dentro de esta actividad se realizan</p>

	todas las gestiones de la capacitación entre las que se menciona: presupuesto, preparación de material, programación.
Actividad N°4 Desarrollo de la capacitación	Descripción de la actividad En esta actividad se lleva a cabo la ejecución de todo lo que se planifico para el desarrollo de la capacitación en la fecha establecida.

Nota: Descripción de las actividades. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Cuadro 11.

Memorias de reuniones de equipo de investigación.	
Fecha: enero 2015	Lugar: Restaurantes del balneario San Clemente
Tema tratado: Dar a conocer la elaboración del manual	
Acuerdos alcanzados En la reunión que se desarrolló con los actores involucrados se tomaron en cuenta sus necesidades e ideas para la elaboración del manual. Se definió el tipo de manual a elaborar que mas se adapta a las necesidades de los beneficiarios.	

Nota: Acta N°.1. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.38. Socialización con la comunidad. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.39. Socialización con la comunidad. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.40. Socialización con la comunidad. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.41. Socialización con la comunidad. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Cuadro 12.

Memorias de reuniones de equipo de investigación	
Fecha: febrero 2015	Lugar: Universidad San Gregorio de Portoviejo
Tema tratado: Elaboración del manual	
Acuerdos alcanzados En esta reunión se revisó toda la información recopilada para la elaboración del manual y se seleccionaron los temas que formarían parte del manual. Así mismo se definió la estructura y las partes del manual.	

Nota: Acta N°.2. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Cuadro 13.

Memorias de reuniones de equipo de investigación	
Fecha: marzo 2015	Lugar: Universidad San Gregorio de Portoviejo
Tema tratado: Diseño del manual	
Acuerdos alcanzados En esta reunión se definieron las imágenes que forman parte del manual las mismas que son elaboradas por un profesional en diseño grafico. Se estableció el diseño propio del manual con cada una de sus partes.	

Nota: Acta N°.3. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

6.8.5. Diseño del Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente.

A continuación se muestran el diseño completo de cada página del manual elaborado.



Gráfico N°.42. Portada del Diseño del Manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

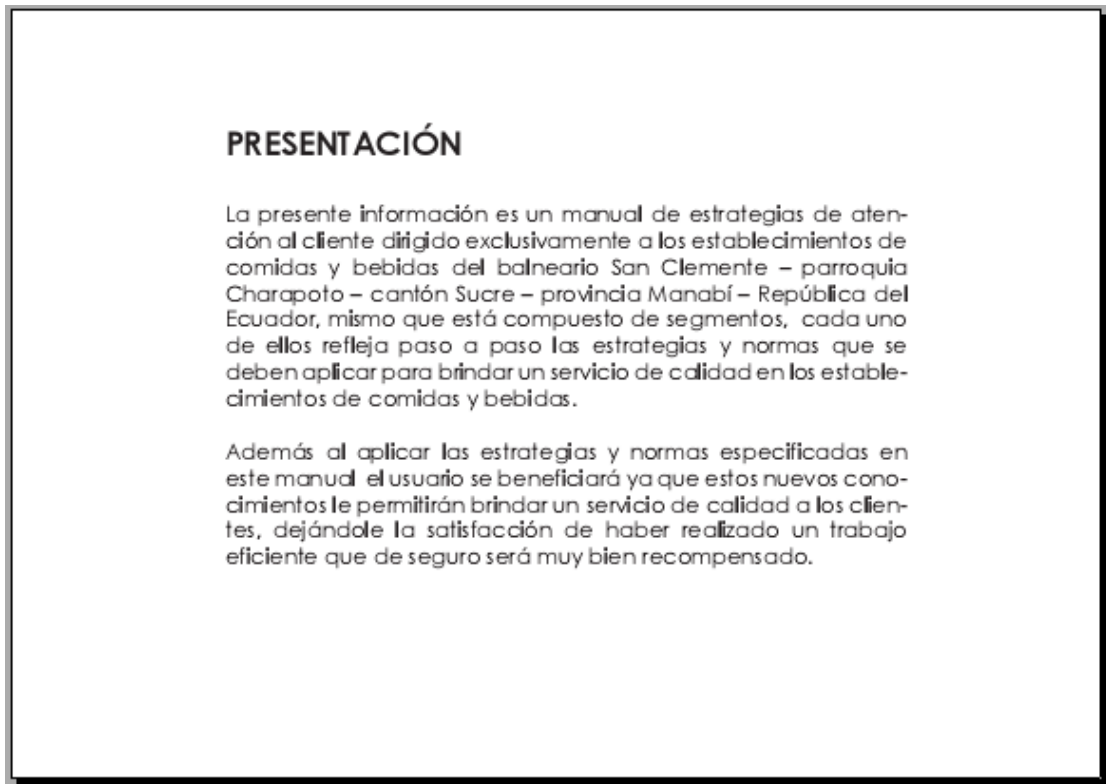


Gráfico N°.43. Presentaciones manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

RESUMEN

Este manual de estrategias de atención al cliente, surgió como propuesta de los resultados que se obtuvieron de la investigación que se llevó a cabo en los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente, el mismo que fue creado de manera profesional, en el cual se tomaron en cuenta las necesidades del cliente y de este modo llegar a brindar un mejor servicio.

Con este manual estamos dando un aporte al servicio turístico de comidas y bebidas del balneario San Clemente, y a su vez se con la aplicación de este manual se comprueba la hipótesis que se estableció en la investigación "La atención al cliente permitirá mejorar la calidad del servicio".

Gráfico N°.44. Resumen. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

ABSTRACT

This manual of customer strategies, emerged as a proposal of the results that were obtained from the research that was carried out in the establishments of meals and beverages of the balneario San Clemente, which was created in a professional manner, in which we took into account the needs of the customer and thus get to provide better service.

With this manual are giving a contribution to the tourist service of meals and drinks from the balneario San Clemente, and in turn is the hypothesis established in the research "customer service will improve the quality of the service" is checked with the implementation of this manual.

Gráfico N°.45. Abstract. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

INTRODUCCIÓN

El balneario San Clemente tiene una ubicación estratégica en el turismo ya que está en el centro de la provincia de Manabí siguiendo el perfil costanero, tiene 4 km de playa y hacia el norte está limitado con la punta de Charapoto y al sur con la continuidad de la playa de San Jacinto, al este con tierras para la agricultura y al oeste con el océano pacífico.

Sus habitantes tienen su ingreso económico por la agricultura, comercio, pesca y en los últimos 10 años por el turismo, por lo que se conoce que esta actividad del turismo está indagada de una forma incipiente, y en el área de comidas y bebidas quienes se dedican son personas que tienen una formación en la educación básica superior y bachillerato, lo que claramente determina la necesidad de que los dueños de restaurantes y comedores tengan una herramienta como el presente manual para mejorar sus servicios de atención al cliente y sus ingresos económicos, el cual consta principalmente de estrategias de servicio y normas básicas de la atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas.

Gráfico N°.46. Introducción del Manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

Es imperativo que nuestra gente dedicada al turismo ponga en práctica estas normas, ya que los propietarios y personal de servicio no disponen del tiempo necesario para capacitarse constantemente. Este manual es de suma importancia porque en el balneario San Clemente hay la continua presencia de turistas de las diferentes provincias del país y del extranjero.

Gráfico N°.47. Introducción del Manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

OBJETIVOS

- ▶ Brindar una mejor atención al cliente en los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente para reflejar calidad en esta área de servicio turístico.
- ▶ Servir de herramienta para el personal de atención al cliente permitiendo que mejore su preparación.
- ▶ Aplicar las presentes normas y estrategias para la satisfacción del cliente.

Gráfico N°.48. Objetivos del Manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

INDICE

- 9.** COMO LLEGAR AL ÉXITO EN UN ESTABLECIMIENTO DE COMIDA.
- 13.** IMAGEN Y PRESENTACIÓN.
- 24.** NORMAS PARA UN BUEN SERVICIO DE MESA.
- 35.** FACTURA Y DESPEDIDA.
- 37.** SERVICIO DE ETIQUETA.
- 44.** NECESIDADES DEL CUENTE.
- 48.** LO QUE A UN CUENTE LE MOLESTA.
- 51.** BENEFICIOS DE UNA BUENA ATENCIÓN AL CUENTE.



Gráfico N°.49. Diseño del índice del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.50. Portada del primer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

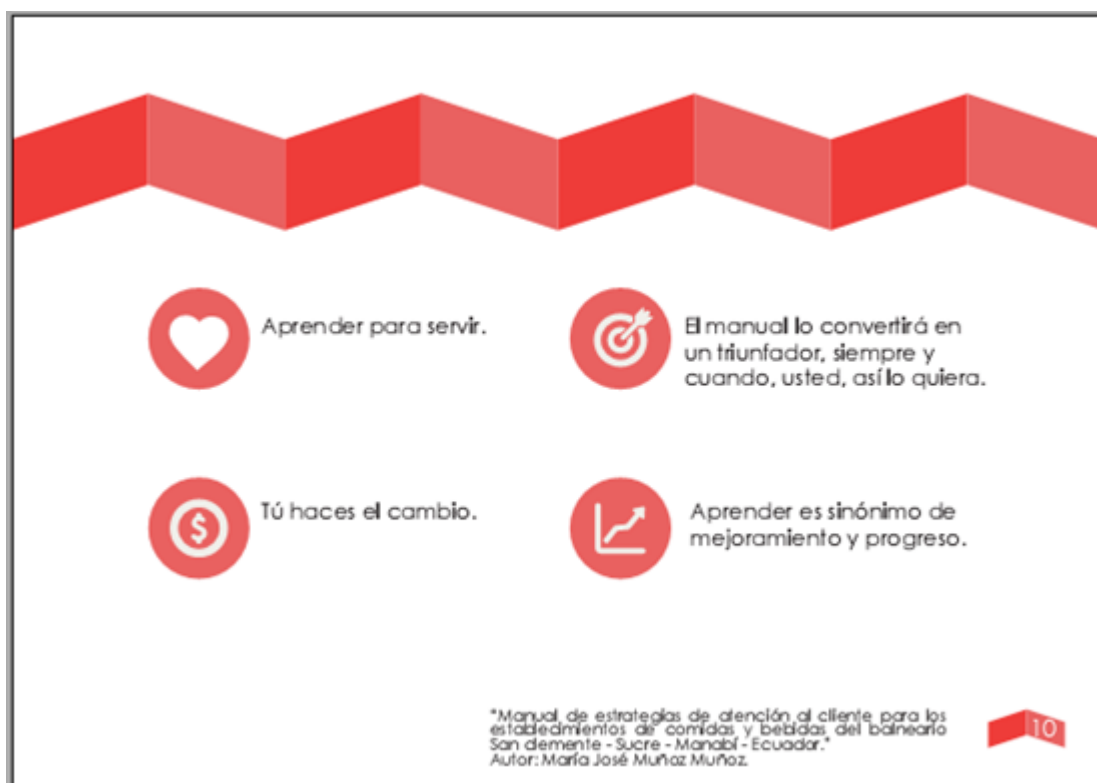


Gráfico N°.51. Contenido del primer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°52. Contenido del primer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

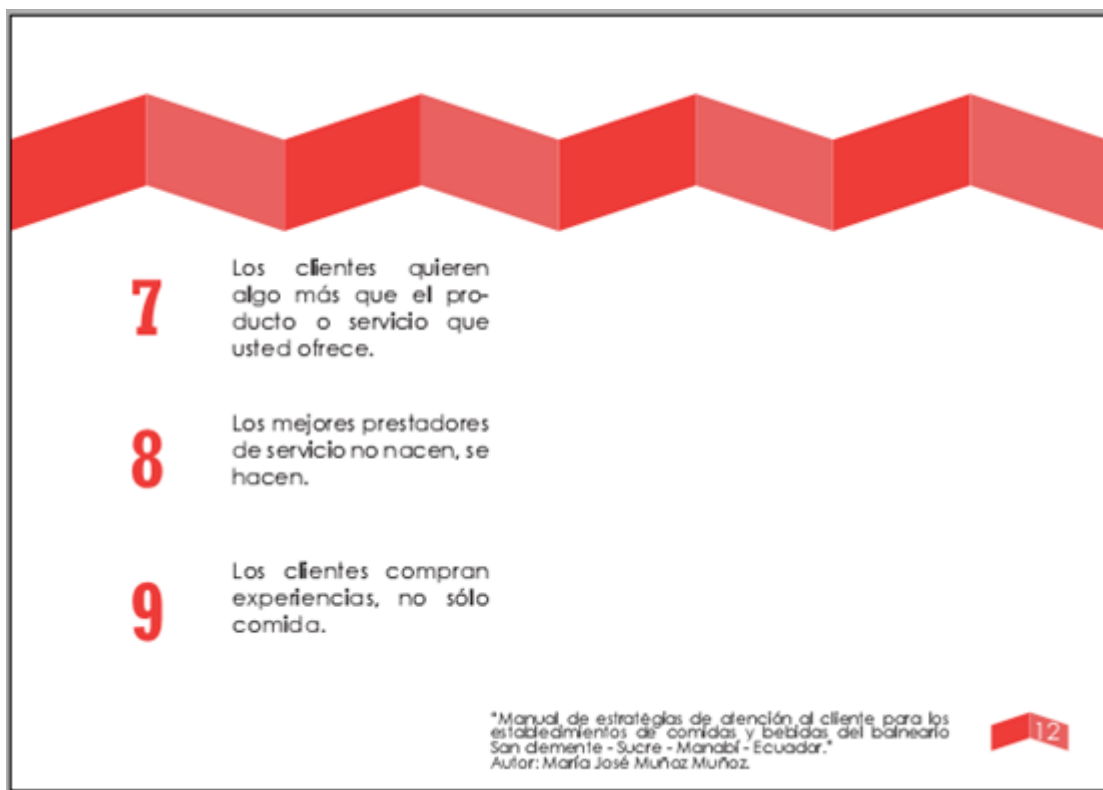


Gráfico N°53. Contenido del primer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.54. Portada del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

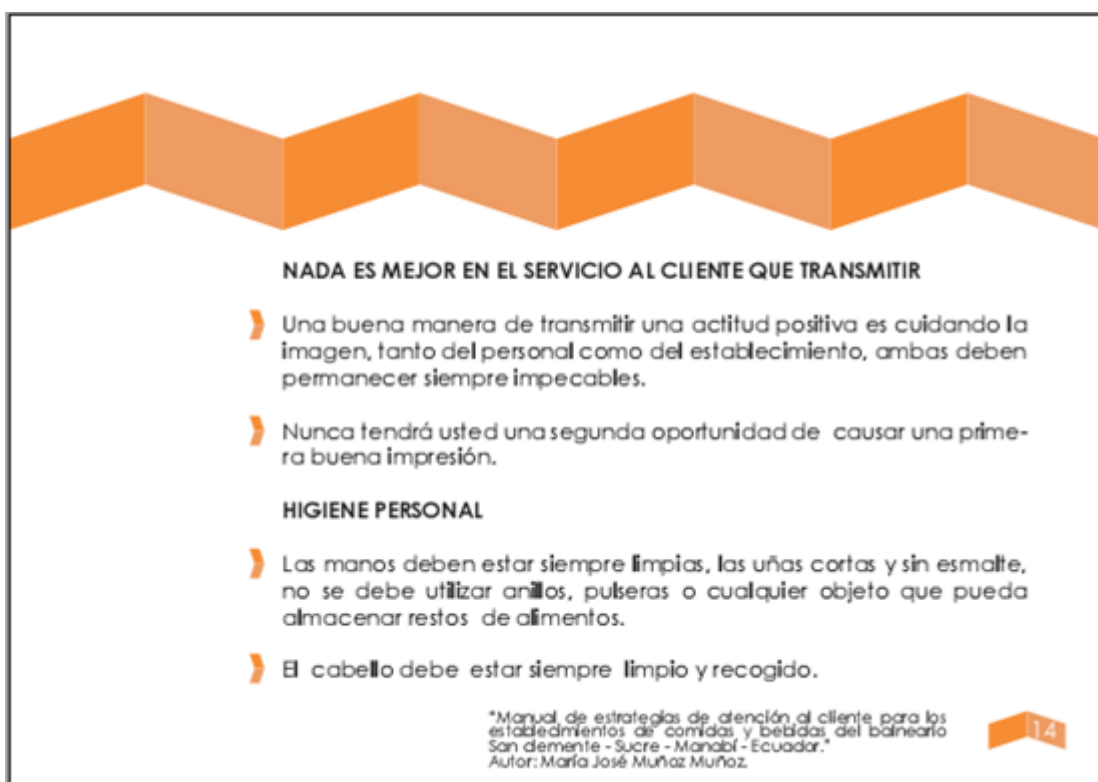


Gráfico N°.56. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

IMPORTANTE

- Evitar movimientos y gestos que puedan denotar suciedad: Prohibido fumar, meter las manos en los bolsillos, mascar chicle, comer, tocarse la cara o el cabello, ya que estas actitudes son consideradas antihigiénicas.

EL UNIFORME

- Siempre se debe usar el uniforme limpio impecable. Los cocineros/as deben usar gorro que cubra el cabello completamente, además deben portar malla y el cabello recogido.



Uniforme del cocinero.

*Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas, del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.

15

Gráfico N°.57. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.



Uniforme del mesero.

- Los meseros pueden optar por un uniforme cómodo, una camiseta fresca con el logo del establecimiento, un jean y zapatos adecuados y cómodos para trabajar.
- Recuerde que un uniforme sucio deja una mala impresión en los clientes.

*Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas, del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.

16

Gráfico N°.58. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

COMPOSTURA

- » Las actitudes durante la jornada de trabajo deben ser las apropiadas.
- » No se debe apoyar en las paredes, no sentarse en las mesas, no se debe jugar con las herramientas y equipos, al caminar con cuchillos en la mano tener precaución de llevarlos siempre con la hoja hacia abajo o boca arriba apoyado en el antebrazo.

SER AMABLE

- » La amabilidad refleja la predisposición a atender de manera inmediata al cliente.
- » Se debe mantener una imagen de interés en el cliente que se fundamenta en mantener un control visual en la zona de contacto con el cliente.


Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz

17

Gráfico N°.58. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

ACOGIDA

- » **LA BIENVENIDA**
El cliente es recibido al entrar en el restaurante, debe ser recibido por el camarero o por el propietario del local, dándole la bienvenida y deseándole los buenos días, tardes o noches.
- » **SERVICIO PERSONALIZADO**
El mesero acompaña al cliente hasta la mesa, lo acomoda facilitando el acceso, apartando sillas, y en caso de niños facilitarle sillas especiales.



Mesero recibiendo a los clientes.

Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz

18

Gráfico N°.59. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

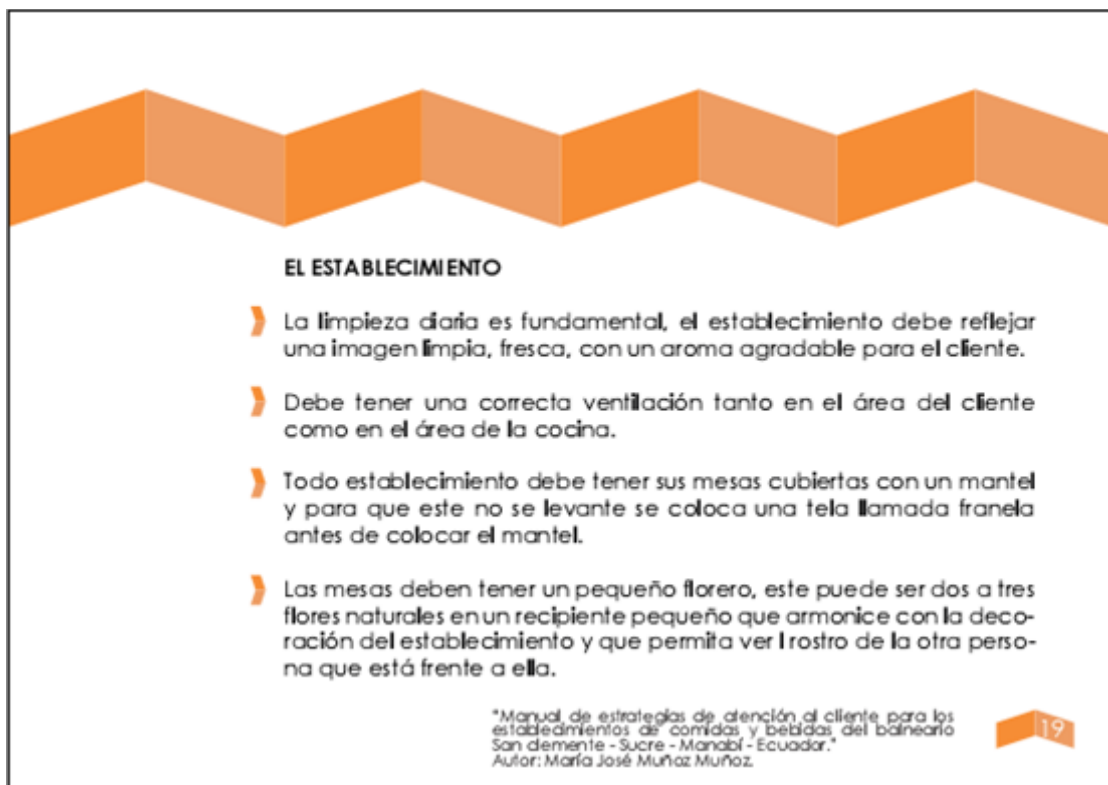


Gráfico N°.60. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

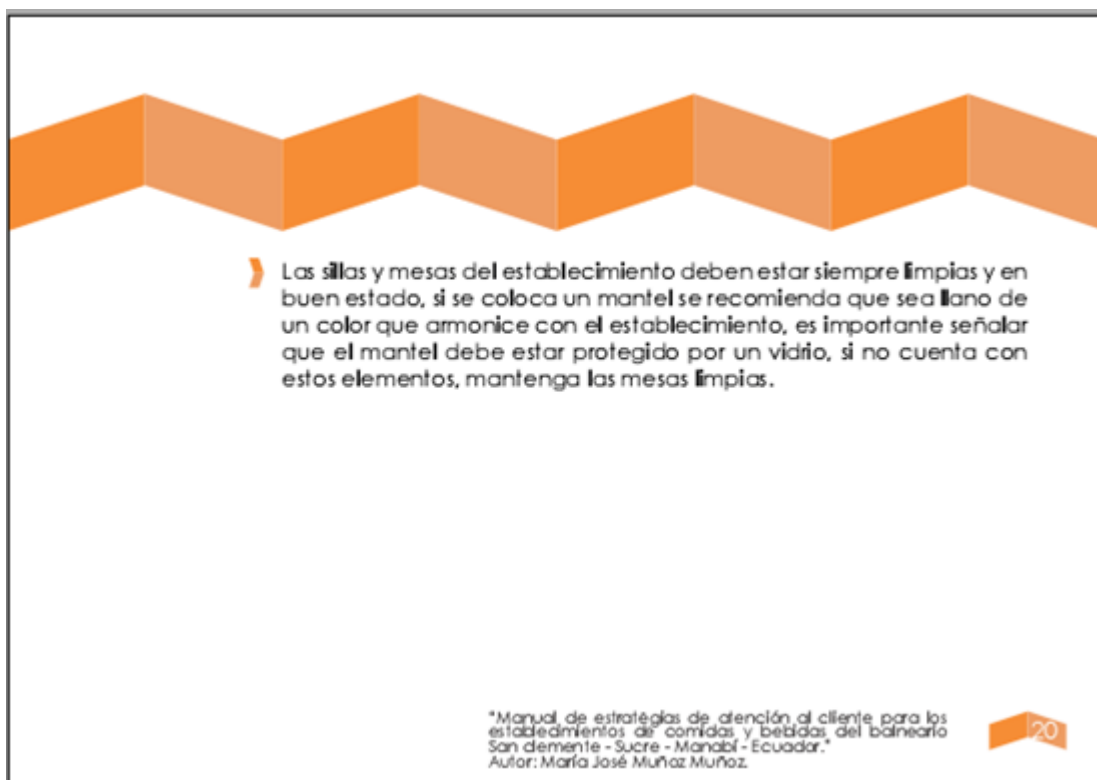


Gráfico N°.61. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

Los recipientes de aceite, mayonesa, salsa de tomate, salsa china, extracto de limón, entre otros, NO deben permanecer en la mesa, por lo general atraen moscas y en muchos casos estos recipientes están en mal estado.

Si el cliente solicita mayonesa, salsa de tomate u otro tipo de salsa, se le proveerá una cantidad apropiada en un platillo y si el plato solicitado es acompañado de estas salsas anticipése y no espere a que se lo solicite.



Mesa con la correcta mantelería

Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.

Gráfico N°.62. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Las señaléticas son elementos importantes que debe tener el establecimiento, básicamente:

- Establecimiento de comidas y bebidas
- No fumar
- Baños – Hombres – Mujeres
- Números de emergencia
- Parqueo



ECU SERVICIO INTEGRADO DE SEGURIDAD
911

Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.

Gráfico N°.63. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.64. Contenido del segundo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

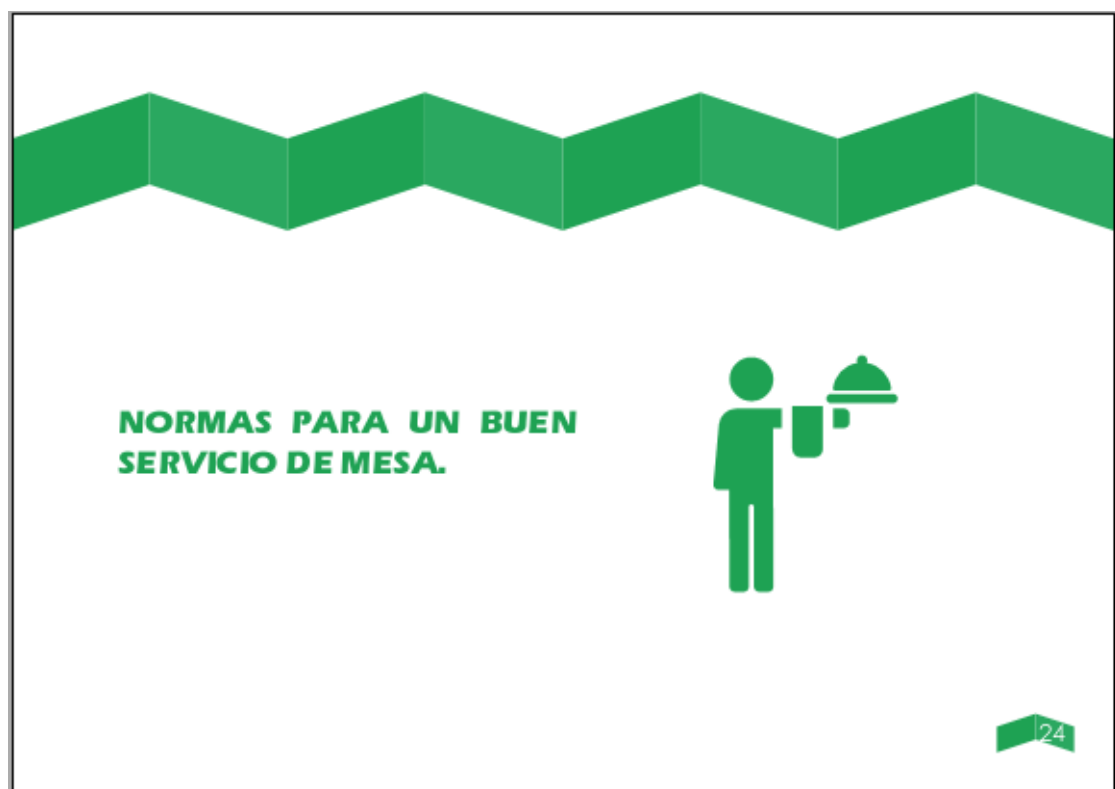


Gráfico N°.65. Portada del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

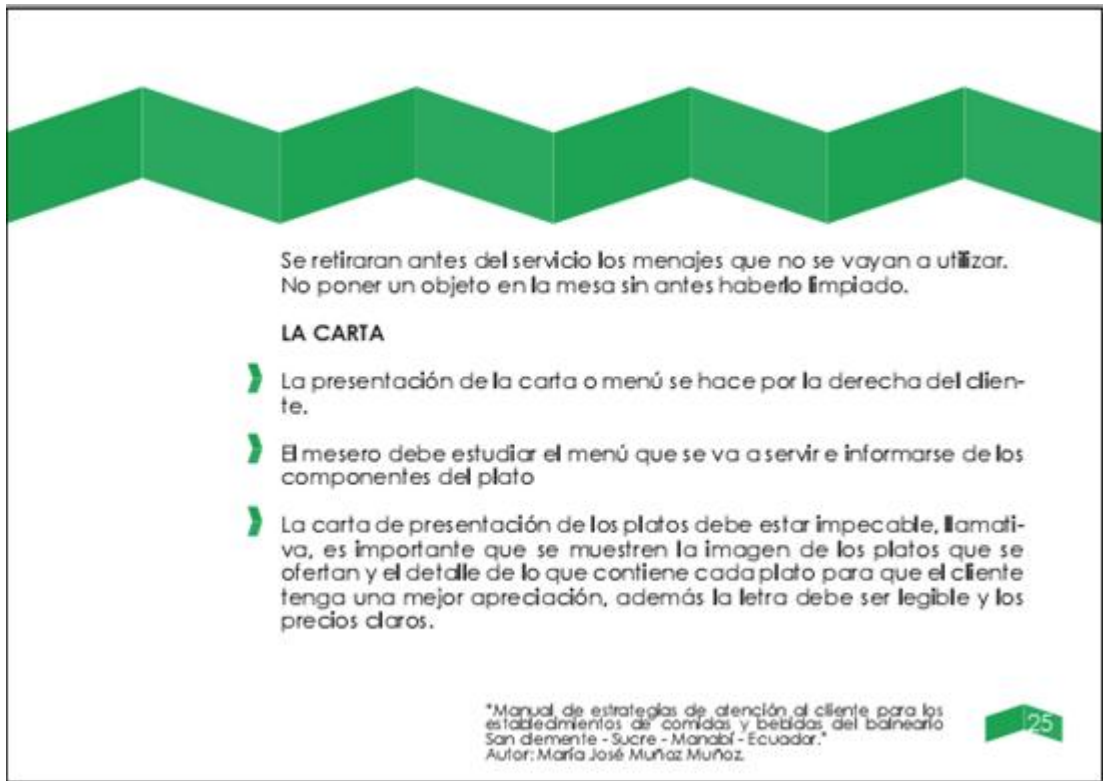




Gráfico N°66. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°67. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



- » Anticiparse a las necesidades del cliente. Ofrezca todas las posibilidades de consumo.
- » Preste atención. Escuchar y atender las necesidades del cliente.
- » Aptitudes verbales. Hablar con fluidez, saltura y rapidez.
- » No se debe empezar a servir hasta que la mesa este perfectamente limpia.



El mesero recepta el pedido.

*Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.
27

Gráfico N°.68. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



- » Mientras el cliente espera el plato solicitado se le proveera de aperitivos por cuenta del establecimiento, para que la espera sea agradable. El pedido no debe superar los 25 minutos en ser servido.
- » Se colocará el plato por la derecha del cliente, salvo las excepciones previstas.



Los aperitivos.



Entrega del pedido.

*Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.
28

Gráfico N°.69. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

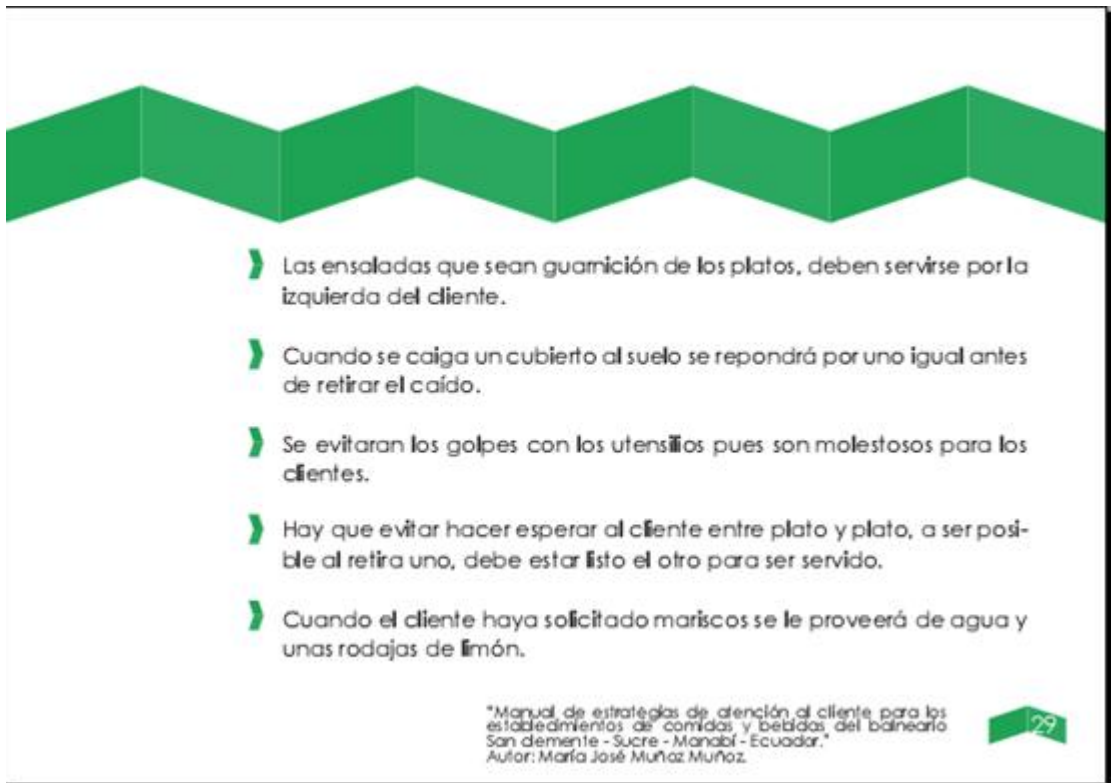


Gráfico N°.70. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.71. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.




Gráfico N.º.72. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.



Gráfico N.º.73. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

LAS BEBIDAS

- El servicio de bebidas se hará por la derecha del cliente.
- Tanto para colocar como para retirar vasos, no debe manipular los dedos en su interior y bordes.



Entrega de las bebidas.

*Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas, del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.

33

Gráfico N°.74. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Forma incorrecta de retirar los vasos.



Forma correcta de retirar los vasos.

*Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas, del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.

34

Gráfico N°.75. Contenido del tercer segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

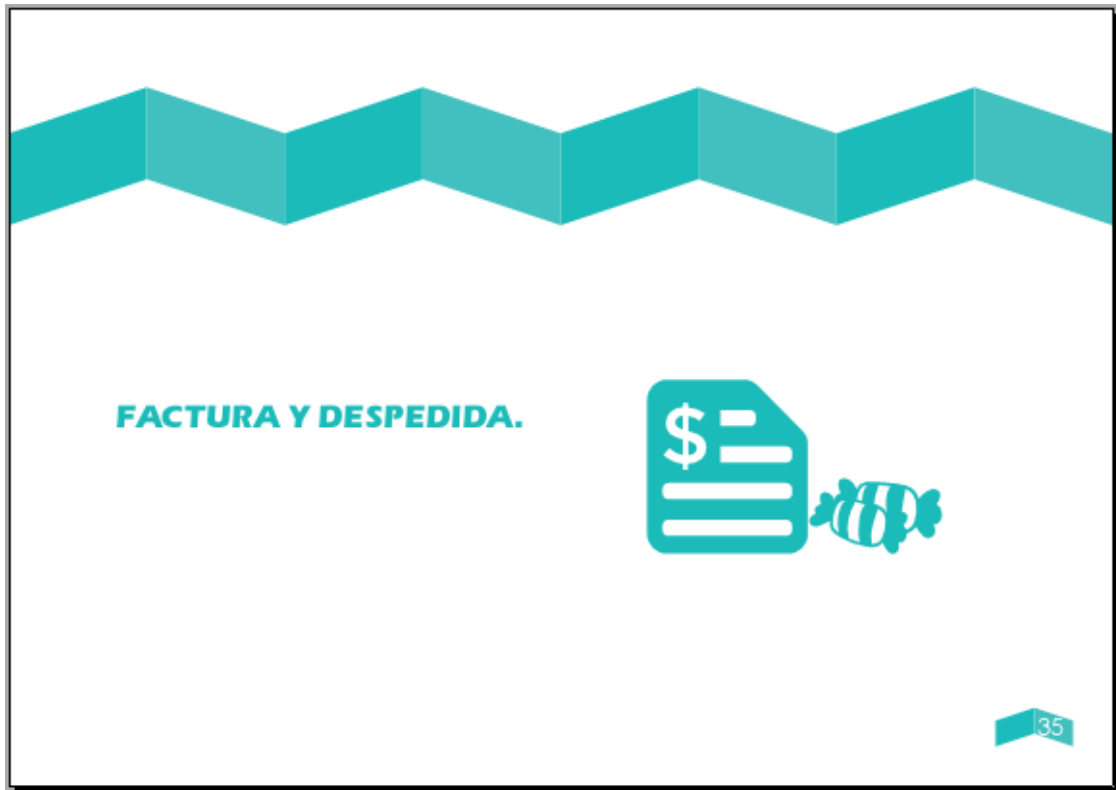


Gráfico N°.76. Portada del cuarto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

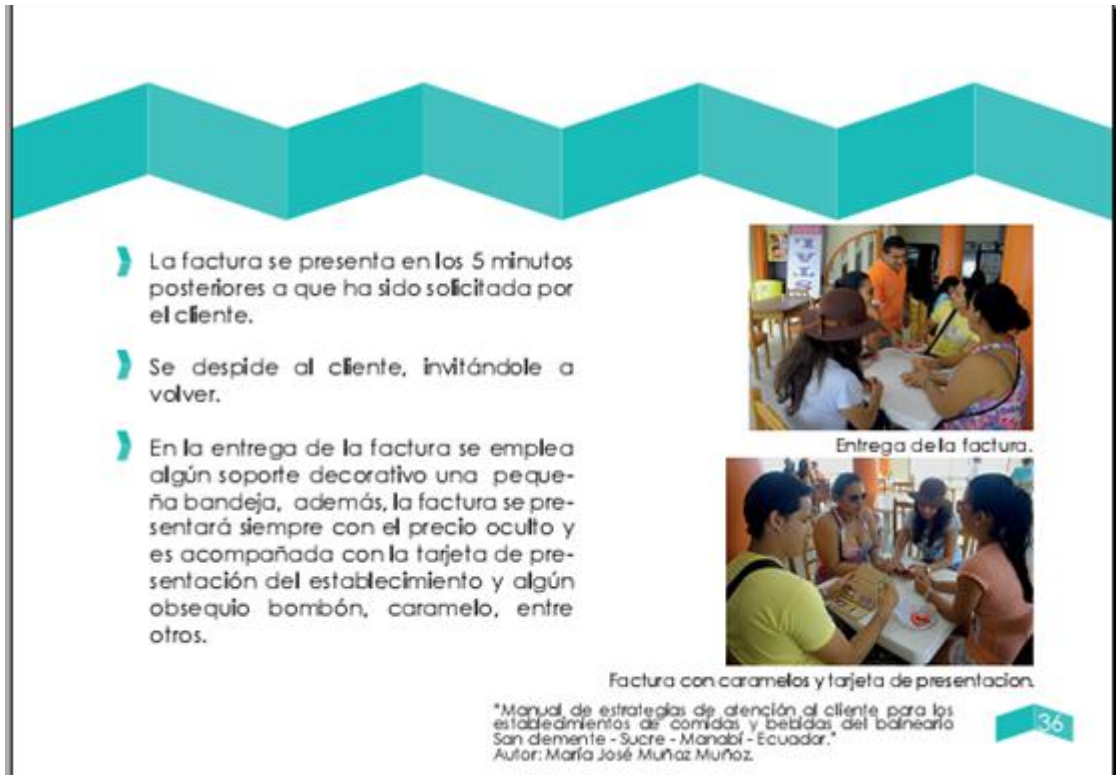


Gráfico N°.77. Contenido del cuarto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.78. Portada del quinto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

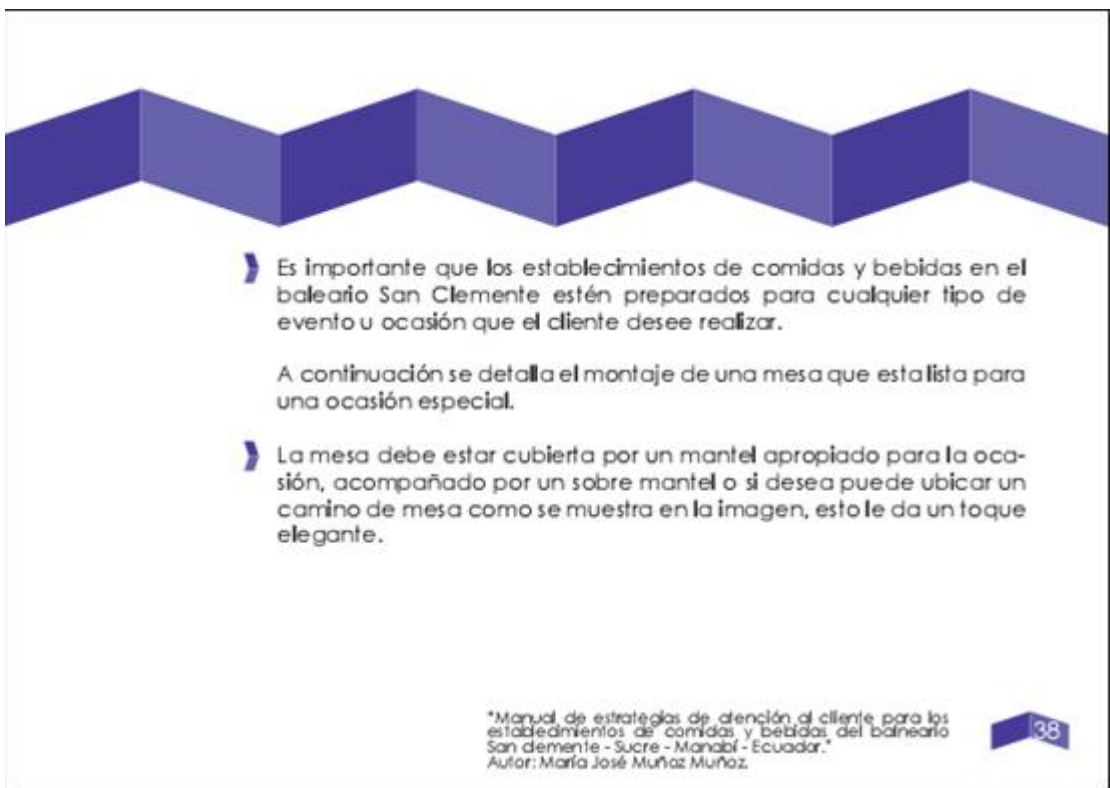


Gráfico N°.79. Contenido del quinto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

Las sillas son cubiertas por un forro blanco adaptado a su forma y es acompañado por un lazo del mismo color del mantel de la mesa.

Se coloca el plato base.

La cubertería se coloca de la siguiente manera: el tenedor a la izquierda con los dientes hacia arriba, el cuchillo en la derecha con la hoja hacia adentro y la cucharilla del postre en la parte superior así como se observa en la imagen.



Demostración de montaje de mesa.

*Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.

39

Gráfico N°.80. Contenido del quinto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.

LA CRISTALERÍA

Las copas se colocaran de acuerdo al menú establecido y se las coloca en la parte superior a la derecha.

La copa de agua se coloca de primera, y se la ubica en la parte superior derecha a la altura de la punta del cuchillo.

Seguida de la copa de agua se coloca la copa de vino tinto.

Los vinos deben servirse a la temperatura adecuada.

Las copas no deben llenarse hasta el borde, sino hasta 3/4 de las mismas o 2/3.

*Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente - Sucre - Manabí - Ecuador.
Autor: María José Muñoz Muñoz.

40

Gráfico N°.81. Contenido del quinto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis María Jose Muñoz.



Gráfico N°.82. Contenido del quinto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

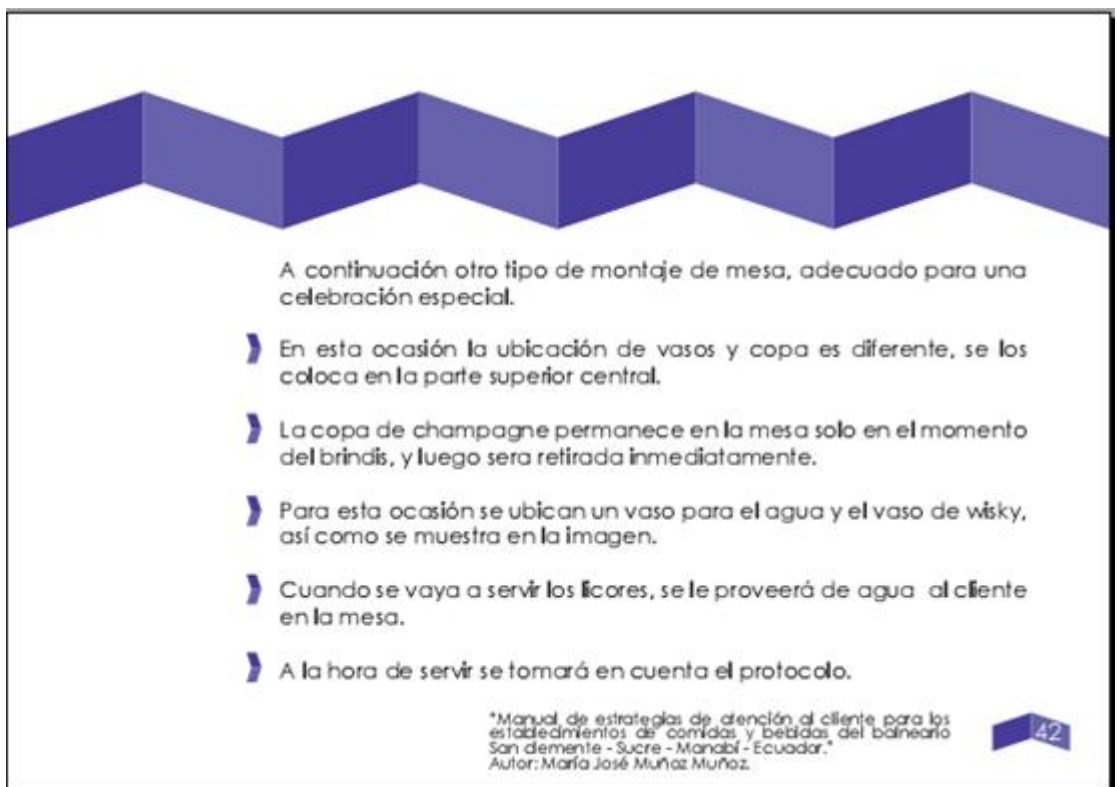


Gráfico N°.83. Contenido del quinto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.84. Contenido del quinto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

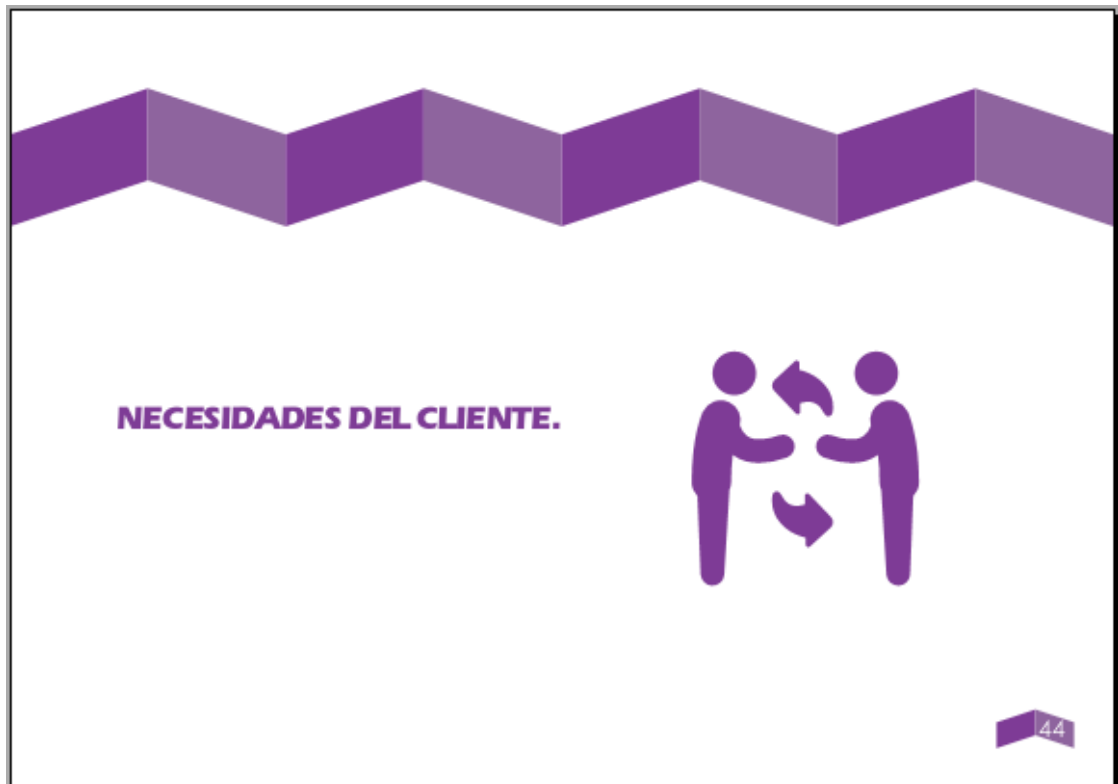


Gráfico N°.85. Portada del sexto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

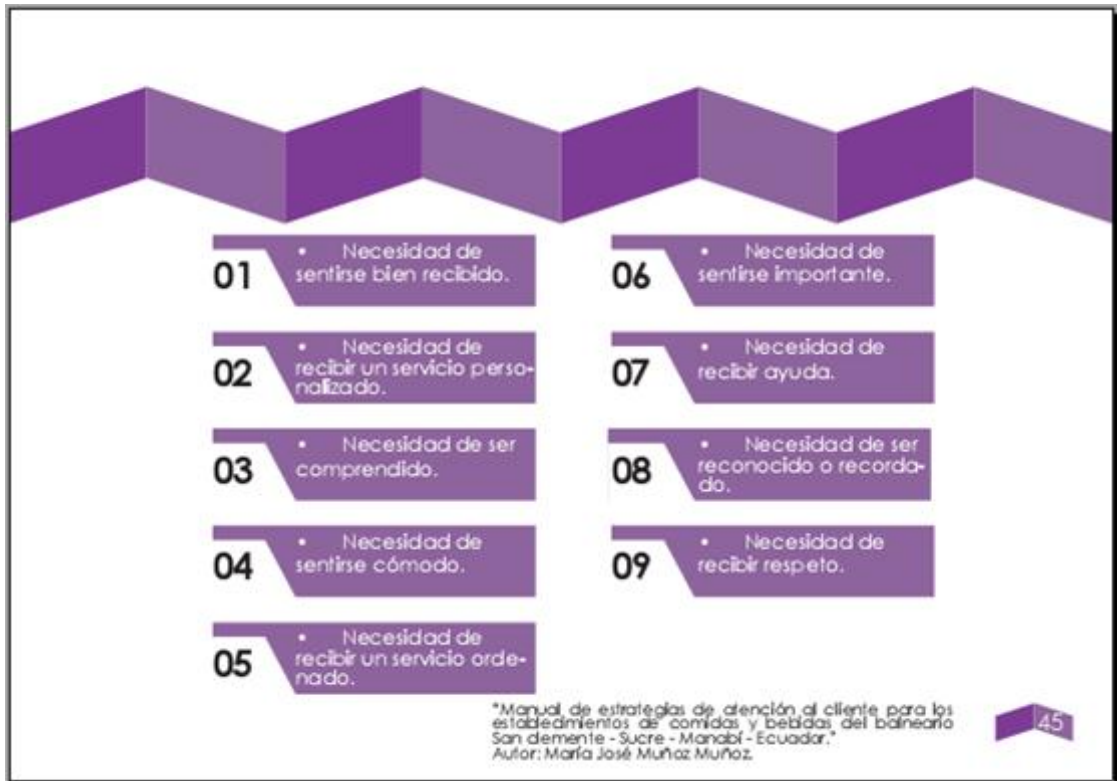


Gráfico N°.86. Contenido del sexto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.87. Contenido del sexto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

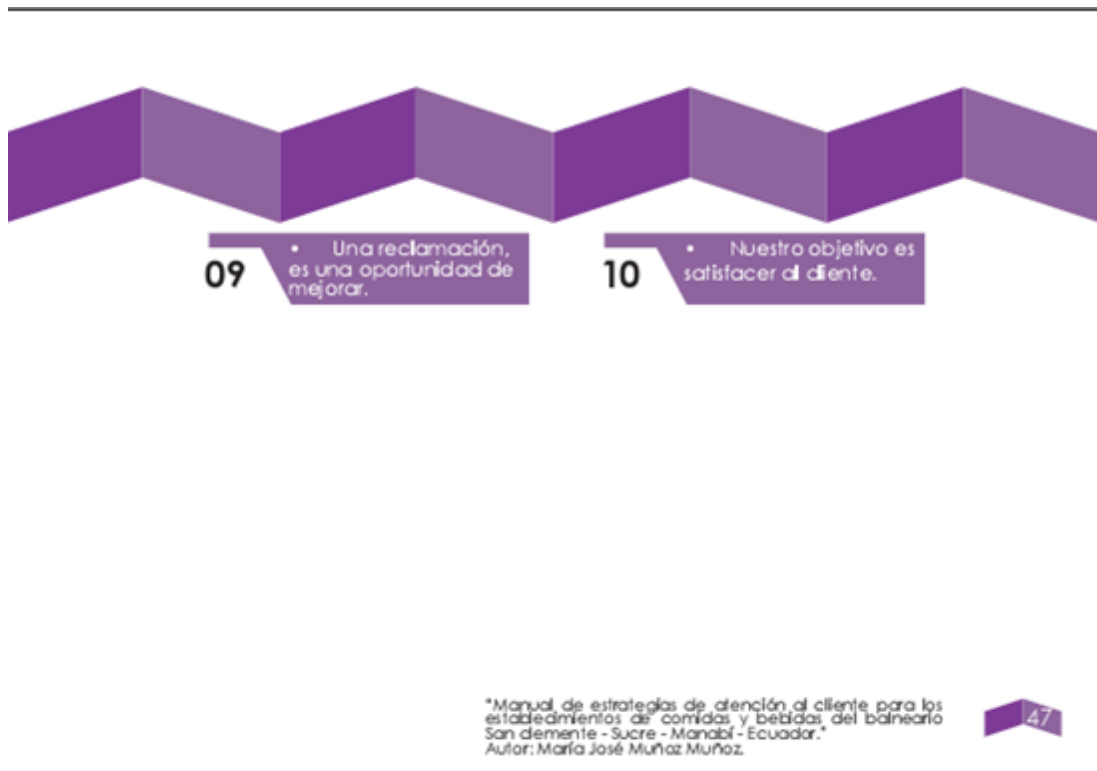


Gráfico N°.88. Contenido del sexto segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.89. Portada del séptimo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

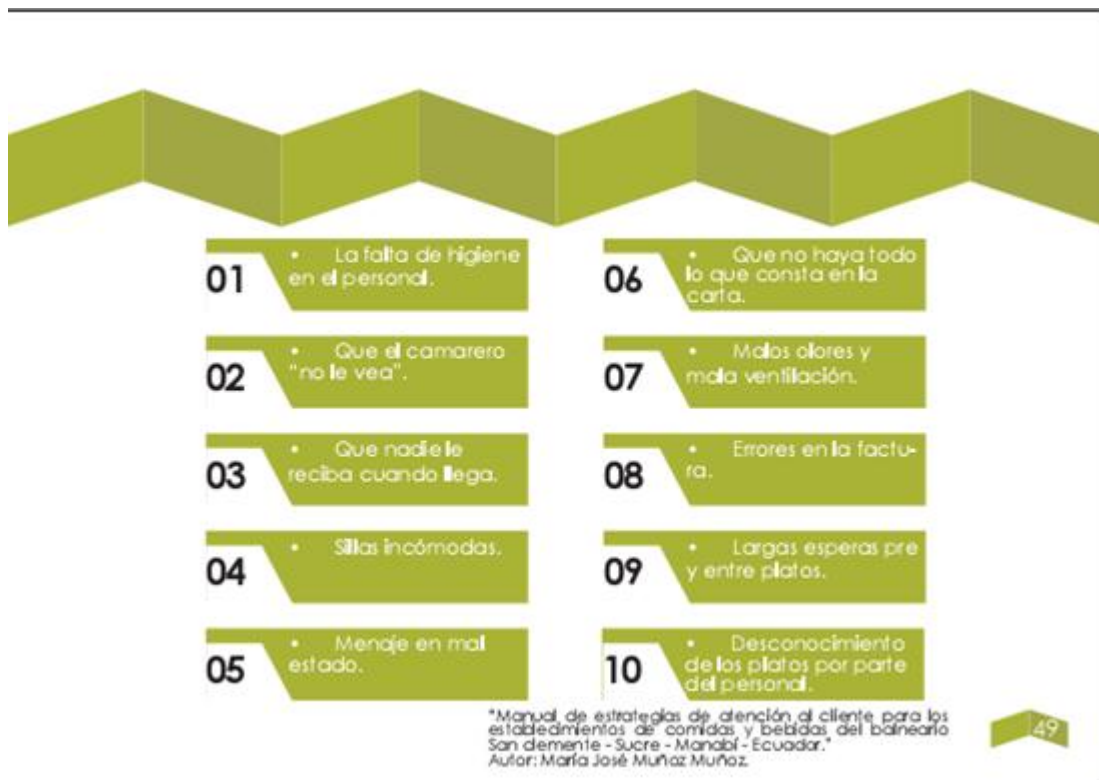


Gráfico N°.90. Contenido del séptimo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

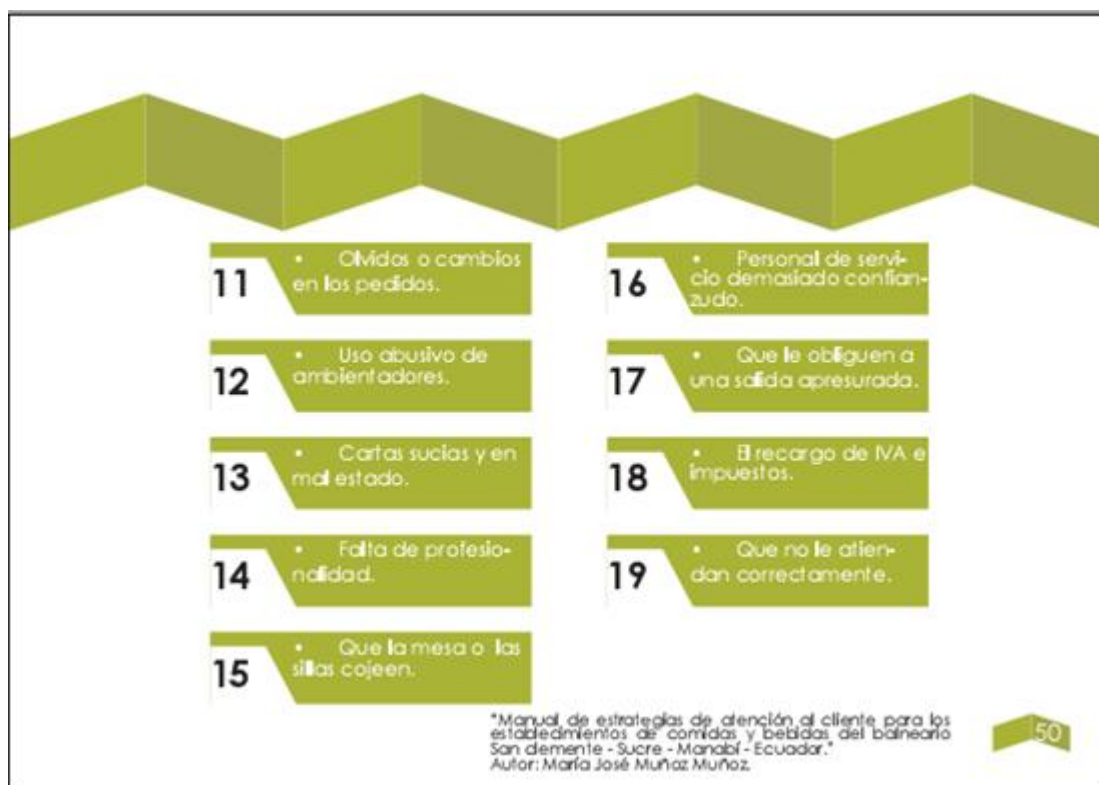


Gráfico N°.91. Contenido del séptimo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

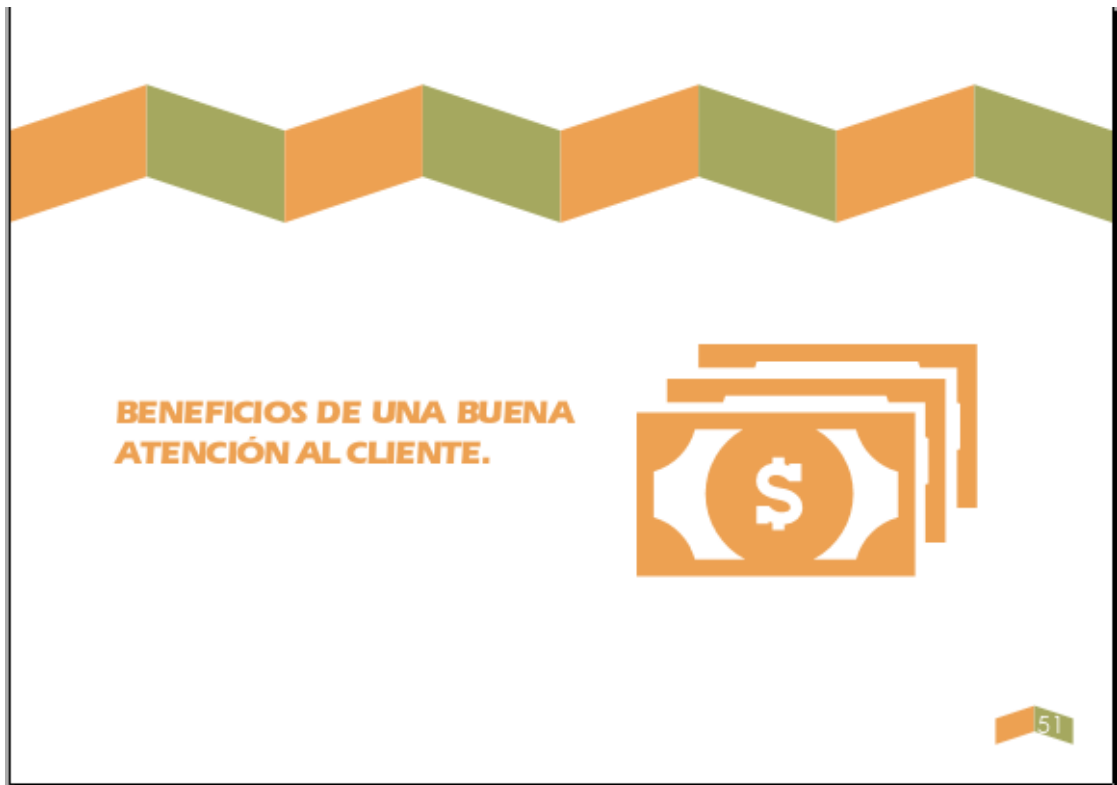


Gráfico N°.92. Portada del octavo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

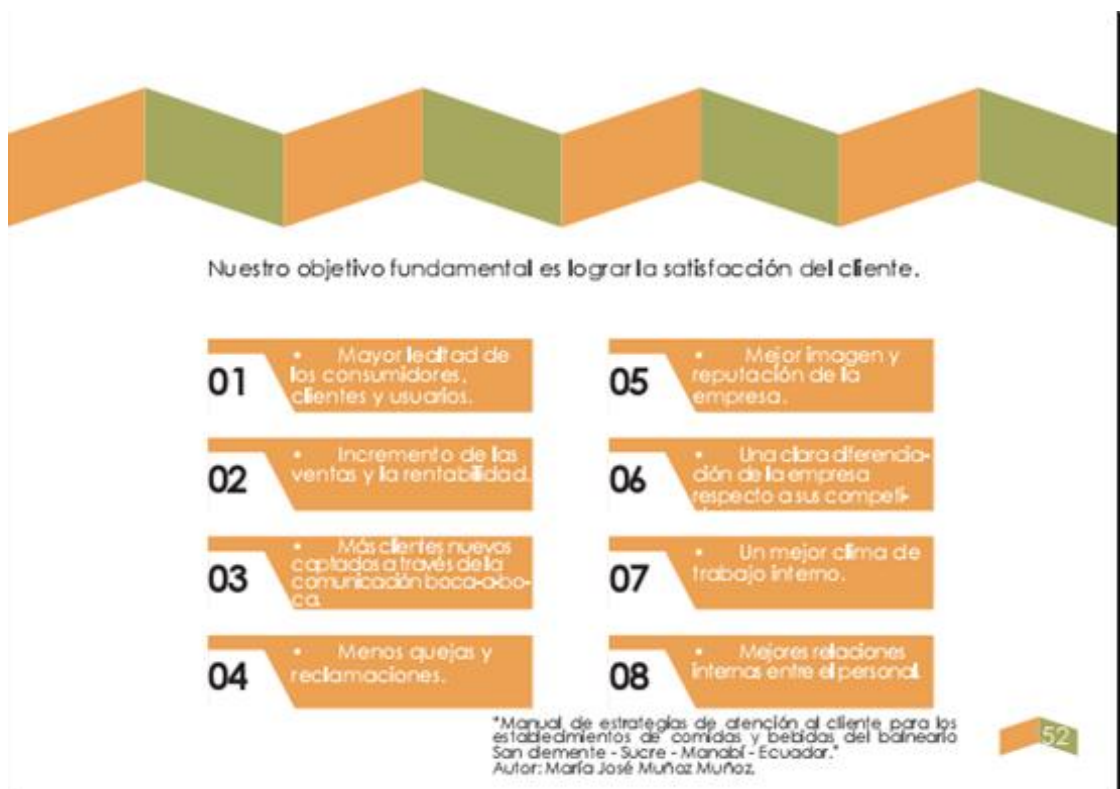


Gráfico N°.93. Contenido del octavo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

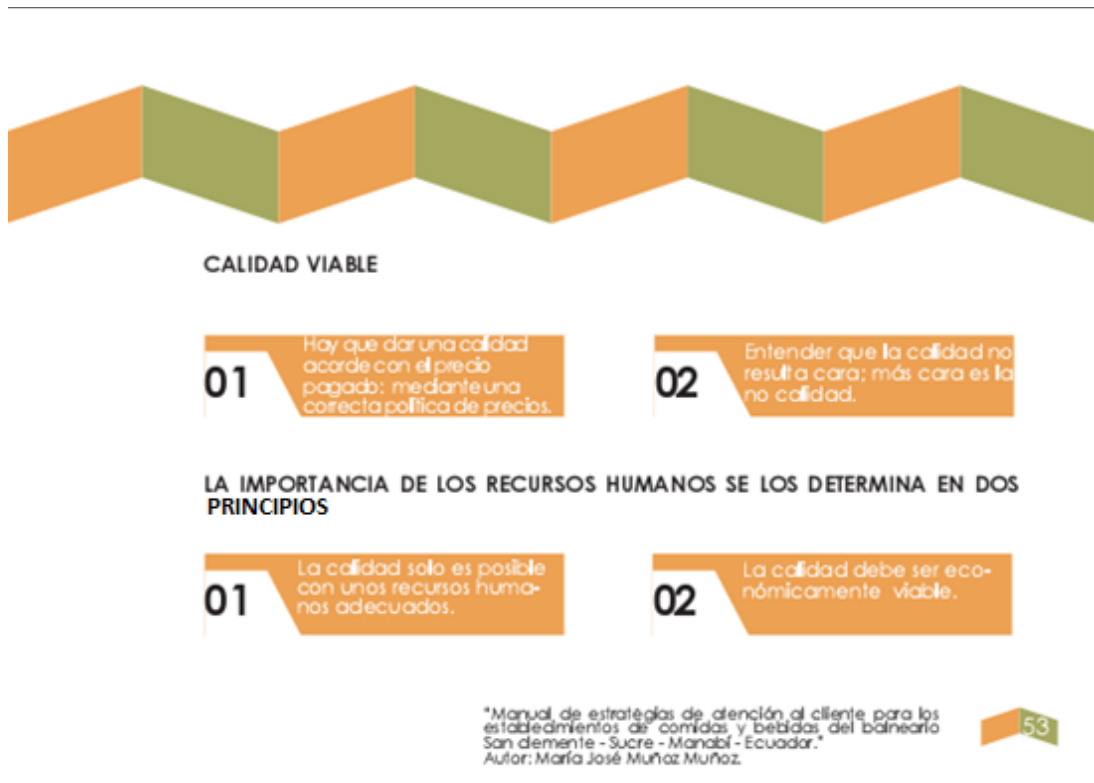


Gráfico N°.94. Contenido del octavo segmento del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

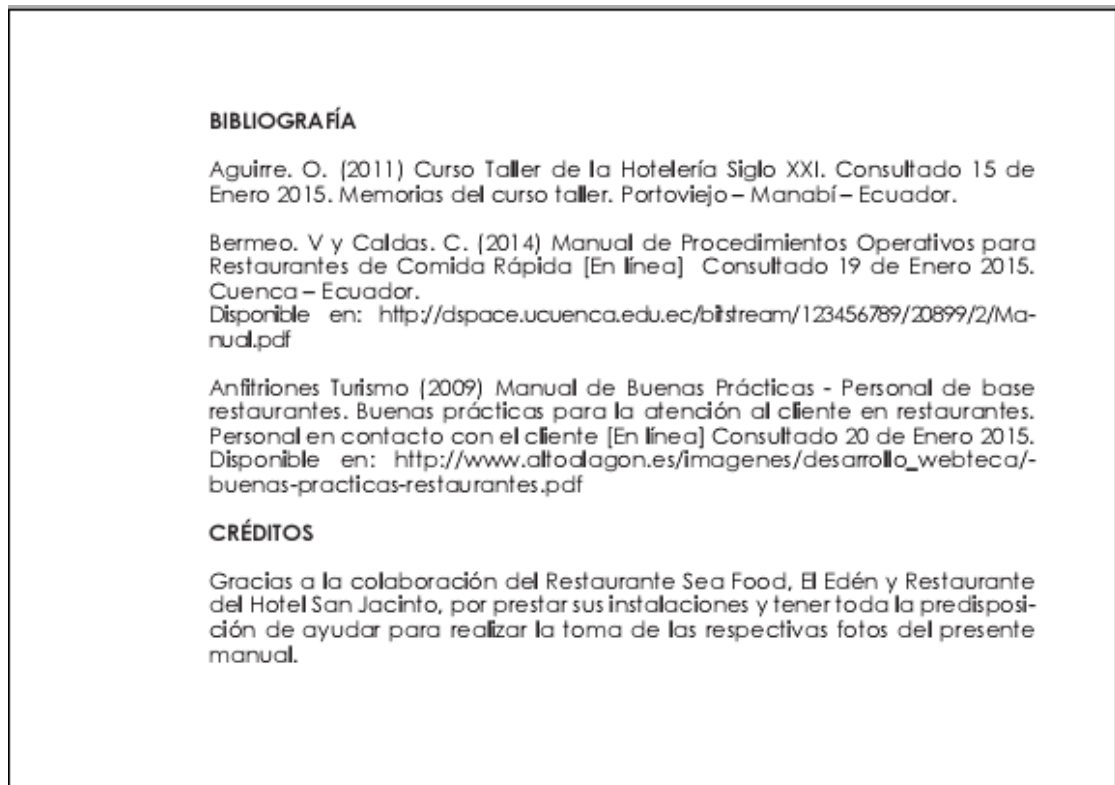


Gráfico N°.95. Bibliografía y créditos del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.



Gráfico N°.96. Bibliografía y créditos del manual. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

6.9. Matriz de involucrados.

Cuadro 14.

Grupos de involucrados	Intereses respecto a la investigación	Problemas percibidos	Recursos potenciales	Conflictos potenciales
Propietarios de los restaurantes	Encargados de la motivación e implementación del manual Encargados de ejecutar las técnicas del manual	Conformismo, sin innovación, simples.	Ejecutores del desarrollo del manual	Reacios al cambio

Personal de servicio	Receptores y emisores de las técnicas de servicio establecidas en el manual	Falta de preparación, sin muchas ganas del cambio	Receptores del cambio	Falta de colaboración a las nuevas modalidades
Clientes	Receptores de los resultados que genere nueva modalidad a implementarse	Emiten quejas, reflejan insatisfacción	Dispuestos a los nuevos retos del mundo actual y a cambios	

Nota: Matriz de involucrados. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

6.10. Matriz del Marco lógico.

Cuadro 15.

Jerarquía de objetivos	Indicadores verificables objetivamente	Medios de verificación	Supuestos
FIN Mejorar la atención al cliente de los restaurantes de San Clemente y por ende ofrecer un servicio de calidad	La atención al cliente mejorara en un 70% luego de la implementación del manual	Reportes Informes Fotos videos	Los propietarios de los restaurantes del Balneario San clemente junto con su personal de servicio mostrarán predisposición hacia el nuevo

			manual de atención al cliente
PROPOSITO Diseñar un manual de atención al cliente con estrategias para el servicio que mejoren la atención al cliente	En Marzo del 2015 los restaurantes del balneario San Clemente contarán con un manual exclusivo y diseñado para el personal de servicio	Planificación de la capacitación. Registros Asistencias Materiales	El manual de atención al cliente recoge todas las sugerencias de los involucrados
	El 100% del personal de servicio recibirá capacitación sobre el manual		Los propietarios de los restaurantes y su personal de servicio asistirán y participarán activamente en la capacitación.
RESULTADOS Manual de estrategias de atención al cliente para los establecimientos de comidas y bebidas del balneario San Clemente Propietarios y personal de			

servicio capacitados			
Turistas satisfechos y reflejo de una mejor imagen turística			
ACTIVIDADES		Facturas	
Socialización de la creación del manual	\$. 100	Proformas	
Reuniones de trabajo para la elaboración del manual	\$. 30	Registros	
Planificación de la capacitación	\$. 200		
Desarrollo de la capacitación	\$. 820		

Nota: Matriz de Marco lógico. Elaborada por la autora de esta tesis Maria Jose Muñoz.

6.11. Estrategias de sostenibilidad

La implementación del manual de atención al cliente diseñado y elaborado exclusivamente para personales de servicio de los restaurante de San Clemente, conlleva a un replanteo de una serie de acciones y lineamientos de orden legal, administrativo, académico, tecnológico; otros, necesarios para lograr el propósito.

En una primera instancia es primordial difundir con mucho detalle en que se sustenta este manual de atención al cliente. Esta difusión debe ser impartida por conocedores de la temática y dirigida a nivel de los propietarios de los restaurantes y a su vez a su personal de servicio. Dicha difusión debe ser continua y permanente y al mismo tiempo monitoreado con el fin de realizar un seguimiento y observar los logros alcanzados.

Es importante lograr en cada uno de los actores involucrados la predisposición y la voluntad de aceptar el reto al cambio para no caer en el estancamiento y en el acomodo de lo ya estatuido, si esto se diera traería atrasos en la aplicación de las nuevas técnicas del manual o el fracaso de la adaptación del mismo.

El apoyo académico, económico y social de los propietarios de los restaurantes del balneario San Clemente, para implementar esta propuesta como plan piloto, son consideradas importantes e imprescindibles para acelerar el proceso planteado.

Asimismo se considera necesario la conformación de un equipo técnico de monitoreo, de evaluación de consulta permanente, capaz de brindar una constante orientación y apoyo.

6.12. Presupuesto

Cuadro 16.

RUBROS	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO
Reuniones de trabajo para elaborar el	2		15	30	Auto financiado

manual					
Diseño y estética del manual	1		250	250	Autofinanciado
Socialización del trabajo realizado	2		50	100	Autofinanciado
Impresión del manual	1		100	100	Autofinanciado
Planificación de la capacitación	1		200	200	financiado
Desarrollo de la capacitación	1		820	820	Financiado
Difusión del Manual			20	480	Financiado
Imprevistos			20	20	Financiado
Total			\$1.565	\$2.000	

Nota: Presupuesto. Elaborada por la autora de esta tesis María José Muñoz.

6.13. Posibles Impactos.

La propuesta presentada muestra una serie de aspectos académicos, económicos y sociales y turísticos.

Académico.

Los propietarios de los restaurantes de San Clemente junto con su personal de servicio fortalecerán sus conocimientos en el área del servicio, se dotarán de técnicas para dar un buen servicio e implementarán el plus a su trabajo gracias a los conocimientos que adquirirán en el manual de atención al cliente.

Económico.

El tiempo invertido en la dedicación a través de la adquisición de conocimientos del manual le generara más clientes y mayores ingresos gracias al servicio de calidad que se empieza a ofrecer.

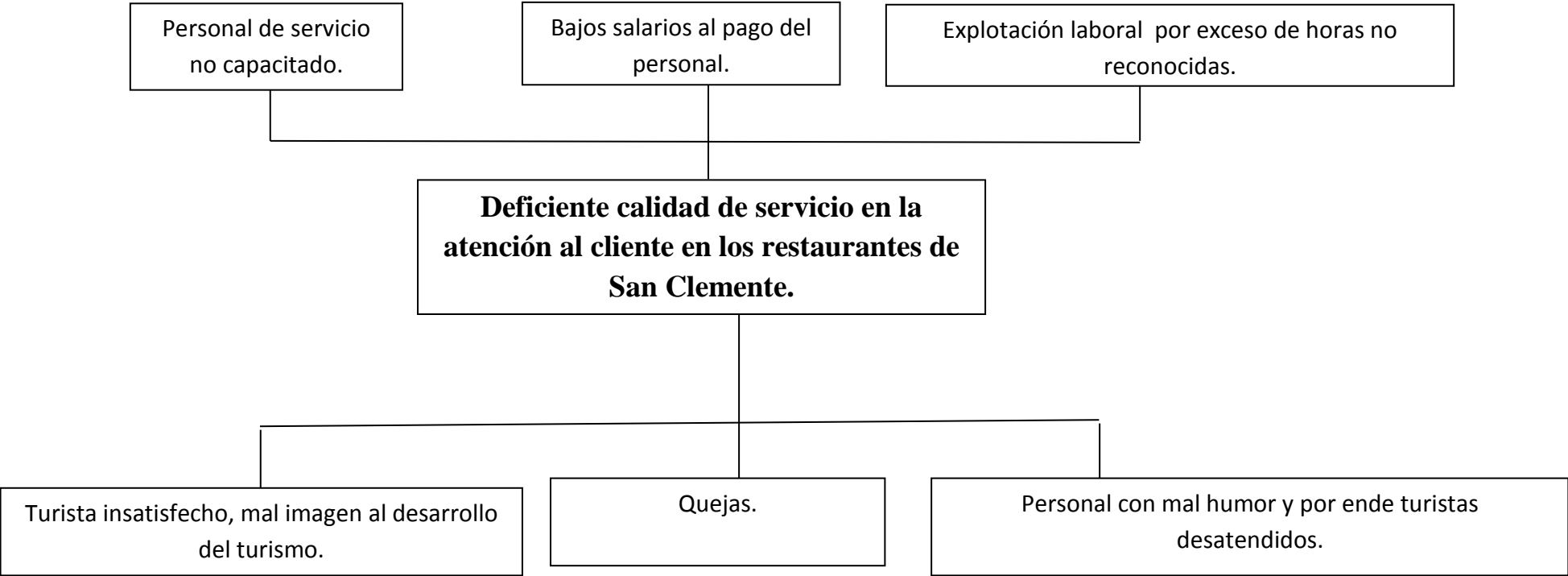
Social.

Sin duda alguna gracias al manual de atención al cliente se beneficiaran directamente los propietarios de los restaurantes del balneario San Clemente, la provincia de Manabí y la República del Ecuador.

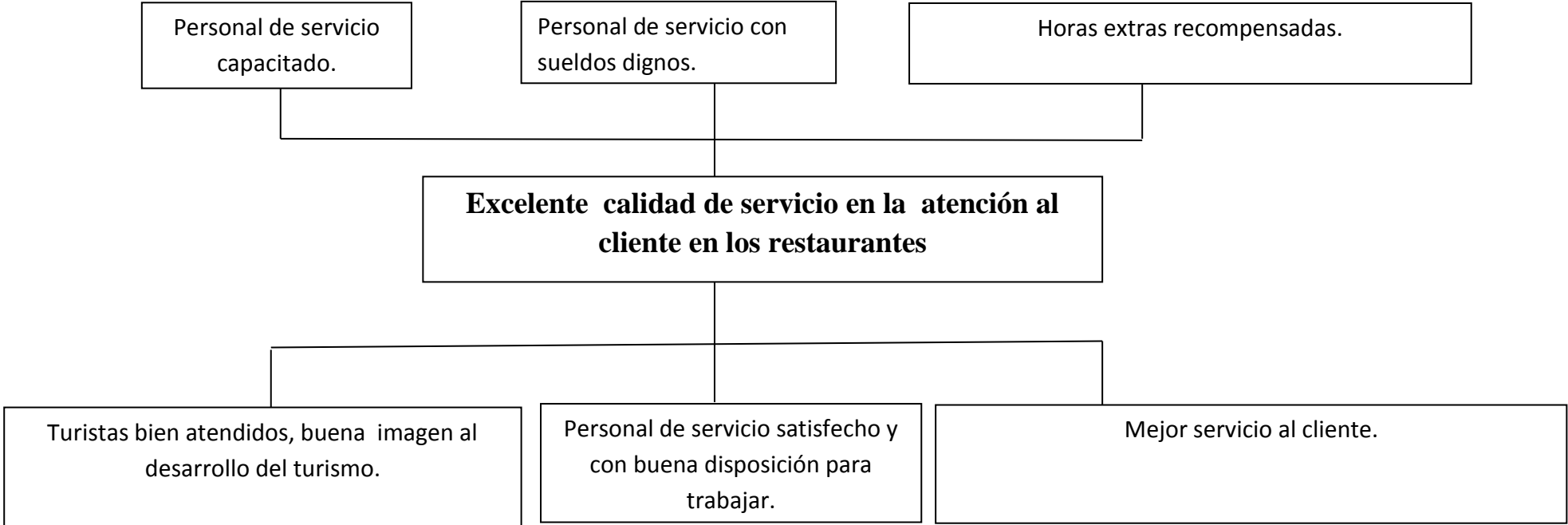
Turístico

El balneario San Clemente se proyectará de manera positiva hacia el desarrollo del turismo ya que al ofrecer buen servicio en los establecimientos de comidas y bebidas gracias a los conocimientos adquiridos del manual y puestos en práctica, se reflejará una mejor imagen turística.

Árbol del Problema.



Árbol del Objetivos





UNIVERSIDAD
SAN GREGORIO
DE PORTOVIEJO



Carrera de
Ingeniería en
Ecoturismo

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
CARRERA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Ficha de Observación

Objetivo: Analizar la atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente – parroquia Charapoto - cantón Sucre – provincia de Manabí – República del Ecuador

Fecha:

Nombre del
restaurante:

**Tipo de
infraestructura:**

Cemento
Madera
Mixto

**Servicio de
agua:**

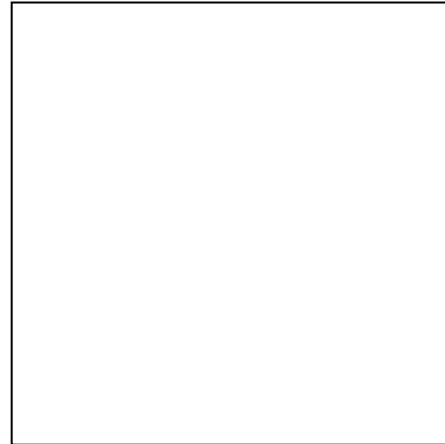
Potable
Entubada
Bidón
Otros

**Servicio de
baños:**

Clientes
Personal de
servicio
No hay

Señaléticas:

Observaciones:



Ubicación Esquema



Formato de Encuesta

Objetivo: Analizar la atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente- parroquia Charapoto – cantón Sucre – provincia de Manabí – República del Ecuador

Su colaboración será de mucha importancia. Ruego contestar las preguntas con LA MAYOR VERACIDAD posible. Gracias por su gentileza.

Datos del encuestado

Edad

Género

Nivel de educación: básico bachillerato superior ninguno

1. **¿Qué tiempo lleva trabajando en el área de Restaurante?**
1 – 6 meses 1 – 3 años 4 – 6 años más de 7 años

2. **¿Cuenta con uniforme para realizar sus labores en el restaurante?**

Si
No

3. **¿Ha recibido alguna capacitación sobre atención al cliente?**

Si
No

Cuantas:

Cuando fue la última vez:

4. **Señale su horario laboral según lo siguiente**

De lunes a viernes
Fin de semana
Feriados

5. **¿Qué es lo que más le agrada hacer a usted en su trabajo?**

Atender al cliente
Preparar los alimentos
Hacer la higiene del local

6. **¿Está usted dispuesto a recibir capacitaciones que fortalezcan sus habilidades en el trabajo?**

Si
No

7. **En función de sus destrezas y habilidades ¿Recibe propina?**

Si
No
Con frecuencia
Pocas veces
Nunca

8. **¿Este empleo le da tiempo para sus estudios?**

Si
No

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
CARRERA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO
Formato de Entrevista

Objetivo: Analizar la atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente – parroquia Charapotó – cantón Sucre – provincia de Manabí – República del Ecuador

Su colaboración será de mucha importancia. Ruego contestar las preguntas con LA MAYOR VERACIDAD posible. Gracias por su gentileza.

Datos

Nombre:

Fecha:

Lugar

1. **¿Es suficiente el número de mesas y sillas que posee en su restaurante. si no por qué?**

Si No ¿Por qué?

Nº Mesas

Nº Sillas

2. **¿Dónde obtiene usted la mayor cantidad de insumos de víveres?**

3. **¿Calidad es la totalidad de características que un servicio ofrece. está usted de acuerdo con esta decisión. si no porque?**

Si No ¿Por qué?

4. **¿Que lo motivo a ofrecer este tipo de servicio?**

5. **¿ Es suficiente el número de empleados que posee en su restaurante. si no por qué?**

Si No ¿Por qué?

Nº Empleados

6. **¿El tiempo que lleva con su negocio como lo califica usted en función de su economía?**

Regular Bueno muy bueno

7. **¿Ha recibido capacitaciones para fortalecer la atención en su negocio?**

Si

No



Encuesta a la comunidad

1. Como califica usted el servicio que ofrecen los restaurantes del balneario San Clemente

Deficiente	<input type="text"/>
Regular	<input type="text"/>
Bueno	<input type="text"/>
Muy Bueno	<input type="text"/>

2. Cree usted que el personal de servicio de los restaurantes en el balneario San Clemente están capacitados para este servicio

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>

3. Cree usted que un deficiente servicio en el área del restaurante afecta la imagen del desarrollo turístico del balneario San Clemente

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>

4. Como miembro de la comunidad, usted en que espera que mejoren los restaurantes de san Clemente

Servicio	<input type="text"/>
Infraestructura	<input type="text"/>

5. Cree usted que el personal del servicio de la restaurante junto con los propietarios deben estar en constante capacitación

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
CARRERA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO
Entrevista

Objetivo: Analizar la atención al cliente para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente – parroquia Charapotó – cantón Sucre – provincia de Manabí – República del Ecuador

Su colaboración será de mucha importancia. Ruego contestar las preguntas con LA MAYOR VERACIDAD posible. Gracias por su gentileza.

Datos

Nombre:

Fecha:

Lugar

1. ¿Cómo califica usted la atención al cliente en los restaurantes del balneario San Clemente?
2. ¿Cuentan con algún programa de atención al cliente en el área de restaurantes en el que se evalúe, capacite, y se haga seguimiento de los resultados?
3. ¿Qué tipo de material bibliográfico utilizan para las capacitaciones en el área de servicio de restaurantes?
4. ¿Qué otros programas, proyectos están gestionando o desarrollando para mejorar la calidad de servicio en los restaurantes del balneario San Clemente?
5. En el ámbito del desarrollo turístico ¿Qué estrategias están desarrollando para mejorar la imagen turística de las playas del cantón Sucre?

Bibliografía.

Aguirre, O. (2011, junio) La Hotelería siglo XXI. Trabajo presentado en el seminario taller realizado en la carrera de Ecoturismo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Albrecht, (2009) Artículo, la Revolución del Servicio. [En línea] Consultado (4 agosto 2014). Disponible en: http://managementynegocios.com/pildoras/ptes/La%20revolucion%20del%20servicio_c.doc.

Andrade, P., Carlier, M. y Guevara, N. (2007) Propuesta de ordenamiento turístico de la zona de playa de San Clemente. Tesis de grado previa la obtención del título de Licenciado en Turismo. ESPOL, Guayaquil, Ecuador.

Anfitriones Turismo (2009) Buenas prácticas para la atención al cliente, restaurantes. Personal en contacto con el cliente. Edición de Mayo. [En línea] Consultado (22 enero 2015). Disponible en: http://www.acecolladomediano.org/docs/mbp_HOTELES_may09.pdf.

Berry (1989) artículo, Servicio al cliente. [En línea] Consultado: (4, agosto, 2014) Disponible en: http://docencia.fca.unam/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf.

Brown (1989) Libro, Gestión de la Atención al cliente. Díaz Santos Editorial. Madrid.

Cedeño, J. (2009) Estudio de factibilidad para la creación de una hostería de primera categoría ubicada en el balneario de San Clemente, provincia de Manabí. Tesis de Grado para la obtención del título de Ingeniera en Hotelería. UTE. Quito, Ecuador.

Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología, Estación PUCE – Bahía de Caráquez, Ecuador, 2007.

Kristie (2014) Artículo, Características del servicio al cliente. [En línea] Consultado: 4, agosto, 2014. Disponible en: <http://pyme.lavoztx.com/caractersticas-del-servicio-al-cliente-4418.html>.

Ley de Turismo de la república del ecuador (2002) Ley 97, Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002, Última modificación: 06-may-2008, Estado: Vigente [En línea] Consultado: 5, agosto, 2014. Disponible en: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>.

López, J. y Moreira, R. (2010) Estudio comparativo sobre las estrategias operativas y administrativas aplicadas en el sector turístico de Crucita, San Jacinto y San Clemente de la provincia de Manabí, período 2008 – 2009. Tesis de Grado previa a la obtención del Título de ingeniero Comercial. UTM.

Pacioli (2013) Revista, artículo, Importancia del Servicio al cliente. [En línea]
Consultado 4 de Agosto 2014. Disponible en:
<http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>.

Pérez, V (2007) Libro, Calidad total en la atención al cliente. España.
Consultado 24 de junio 2014. Ideas propias Editorial.

Pintos, Gabriela. (2009, Mayo) Facultad de Ciencias Económicas y de
Administración Departamento de Ciencias de la Administración Cátedra de
Organización y Métodos Administrativos Los manuales administrativos hoy.
Consultado 15 enero 2015. [En línea] Disponible en
<http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catoym/material/2009-05-Los%20Manuales%20Administrativos%20Hoy.pdf>.

Soport Natural, (2010) Artículo, La importancia de la Atención al cliente. [En
línea] Consultado: 4, agosto, 2014. Disponible en:
<http://www.soporte1.es/index.php/importancia-atencion-cliente>.

Bermeo, V. y Caldas, C. (2014) p, 2 Manual de procedimientos operativos para
restaurantes de comida rápida. Cuenca Ecuador. [En línea] Consultado 15 enero 2015.
Disponible en:
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/2/Manual.pdf>.