



**Servicios de calidad para
gestionar la atención
a clientes**

Maria Yessenia Dominguez Loor
Lilia Moncerrate Vilalcis Zambrano
Keily Jefferson Zambrano Arteaga

Servicios de calidad para gestionar la atención a clientes

**Maria Yessenia Dominguez Loor
Lilia Moncerrate Vilalcis Zambrano
Keily Jefferson Zambrano Arteaga**

**Servicios de calidad para
gestionar la atención
a clientes**

Título original: Servicios de calidad para
gestionar la atención
a clientes

© María Yessenia Domínguez Lóor
© Lilia Moncerrate Vilalcis Zambrano
© Keily Jefferson Zambrano Arteaga
2020,

Publicado por acuerdo con los autores.
© 2020, Editorial Grupo Compás
Guayaquil-Ecuador

Grupo Compás apoya la protección del copyright, cada uno de sus textos han sido sometido a un proceso de evaluación por pares externos con base en la normativa del editorial.

El copyright estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Quedan rigurosamente prohibidas, bajo las sanciones en las leyes, la producción o almacenamiento total o parcial de la presente publicación, incluyendo el diseño de la portada, así como la transmisión de la misma por cualquiera de sus medios, tanto si es electrónico, como químico, mecánico, óptico, de grabación o bien de fotocopia, sin la autorización de los titulares del copyright.

Editado en Guayaquil - Ecuador

ISBN: 978-9942-33-336-0

Cita.

Dominguez. M, Vilalcis. L, Zambrano. K. (2020) Servicios de calidad para gestionar la atención a clientes, Editorial Compás, Guayaquil Ecuador, 89 pag

INTRODUCCIÓN

El libro que a continuación se presenta quiere acercarle a la realidad del servicio de los restaurantes, por esta razón se dan a conocer las necesidades y expectativas del cliente es lo que se ha dado a llamar calidad del servicio en la actualidad, la misma que posee una ventaja diferenciadora frente a la competencia. La investigación se desarrolla en el Cantón San Vicente ubicado dentro de la ZONA 4, provincia de Manabí, la investigación realizada cuyo tema es Servicio de calidad para gestionar la atención del cliente en los restaurantes se planteó con el objetivo de analizar el servicio que se brinda a los clientes del balneario Briceño, en relación con la atención al cliente. La metodología utilizada fue Delphi, Kendall, inductivo, analítico, descriptivo y estadístico. Se aplicó una encuesta a turista que visitan al cantón y propietarios de los establecimientos, La población de esta investigación fue una muestra, de 97 persona encuestadas para determinar cómo manejan los restaurantes calidad del servicio en relación con la atención al cliente. La evaluación de los resultados indica que la atención de la calidad de servicios, puede ser mejorada en base a un manejo adecuado de la mismo para que sea eficiente permitiendo gestionar el servicio de manera óptima para la atención al turista, a raíz del análisis realizado se evidencia que aún existe una organización deficiente existente relacionada con la temática de estudio desarrollada. Los resultados obtenidos condujeron al planteamiento de una propuesta de gestión y mejora de los servicios de restauración en el balneario Isla Briceño,

para mejorar la calidad del servicio en la atención al cliente.

La investigación se ejecutó con el objetivo de realizar un plan de servicio de calidad para gestionar la atención del cliente en los restaurantes. El cual posera un conjunto de acciones planeadas, organizadas, e integradas y para obtener cambios, y mejoras en el procedimientos para satisfacer las necesidades de los turista que visitan San Vicente, esta investigación se realiza debido a que muchas veces los turistas se quejan que hay falencia en los servicios que se necesitan, así pues se realiza con la finalidad de buscar mejoras por ello se pretende ejecutar un plan de mejoramiento de calidad para el balneario Briceño la isla del cantón San Vicente. Que den solución a la problemática actual y mediante el mismo las autoridades competentes dispongan la utilización necesaria de recursos para la solución del mismo.

Elaboración de una estrategia adecuada para prestar un buen servicio de calidad gestionada para una buena atención del cliente en los restaurantes de Briceño.

- Elaborar capacitación estratégica para prestar un buen servició de calidad gestionando con una buena atención para los clientes del restaurante del Balneario Briceño.
- Análisis histórico empírico de la prestación del servicio de calidad en la atención a los clientes en los restaurantes del balneario Briceño.

- Fundamentos teóricos o bibliográficos para la fundamentación del objeto y sus variables.
- Analizar la situación actual sobre la calidad del servicio en los restaurantes del Briceño conjuntamente con la atención prestada al cliente que visita los restaurantes de Briceño.

Proponer acciones para mejoras de la situación actual en relación con la calidad del servicio en los restaurantes de Briceño, para mejorar la atención prestada a los clientes que visitan los establecimientos gastronómicos en San Vicente tomado como objetos de estudios

Los grupos objetivos considerados para esta investigación son restaurante de Briceño, con los turistas que visitan el mismo. Esta población se encuentra censada en San Vicente con un total de 80 personas. La muestra que se investigara es probabilística debido a que existe datos con una muestra de propietarios de restaurante y turistas del mismo como población.

El método Delphi es una técnica de recogida de información que permite obtener la opinión de un grupo de expertos a través de la consulta reiterada. Esta técnica, de carácter cualitativo, es recomendable cuando no se dispone de información suficiente para la toma de decisiones o es necesario, para nuestra investigación, recoger opiniones consensuadas y representativas de un colectivo de individuos. En este artículo se describen las características principales de la técnica y se detalla el proceso de consultas reiteradas en la aplicación de la técnica. (Reguant, 2016)

El método Delphi se ha desarrollado en diversas áreas de la investigación científica, lo que avala de alguna manera su vigencia social y metodológica. A este desarrollo metodológico no han sido ajenas las Ciencias de la Educación. En efecto, son diversas las investigaciones que han incorporado diseños y desarrollos Delphi, si bien, en ocasiones se ha denominado método Delphi a otras iniciativas que no cumplían los elementos claves de esta metodología. Esta realidad pone de manifiesto la necesidad de clarificar los parámetros fundamentales de este método. (López-Gómez, 2018)

El utiliza método Delphi se ha utilizado en diversas áreas de la investigación científica, debido a que es una técnica que permite la recolección de información mediante la opinión de un determinado grupo de experto a través de la consulta repetida, es una técnica de carácter cualitativo, se recomienda utilizar la misma cuando no se dispone de información suficiente en la toma de decisiones, esta metodología utilizada no ha sido ajena a otras ciencias, debido a que es muy utilizada para desarrollos de investigación.

El método Delphi es una técnica de recogida de información que permite obtener la información de varios expertos a través de la consulta frecuente, es una técnica de carácter cualitativa, que se recomienda cuando no se dispone información suficiente para la toma de decisiones, por ello es necesario para la investigación de este tipo, debido a que esta técnica nos permite recoger las opiniones representativa de un determinado grupo.

Libro está dividido en 5 capítulos que va a permitir tener una visión global de la calidad de servicios que brindan los restaurantes del cantón San Vicente. Enfatizando los siguientes aspectos.

I capítulo, hace un análisis de la realidad donde se encuentran los restaurantes.

II capítulo se evidencia la confrontación teórica de los soportes de calidad y gestión de los servicios de los restaurantes.

III capítulo, se evidencian el control de calidad en los servicios de los restaurantes del cantón San Vicente.

IV capítulo, se describen las acciones para la gestión de la calidad en los servicios.

V capítulo, se encuentran los procesos de una evaluación continua en gestión de la calidad.

CAPITULO I

ANALISIS DE LA REALIDAD DONDE SE ENCUENTRA LOS RESTAURANTES

Revisión histórica de la literatura del Cantón San Vicente

La investigación realizada fue dirigida a los restaurantes del cantón San Vicente, provincia de Manabí, Ecuador el mismo que se encuentra ubicado, en la parte centro noroeste de la provincia de Manabí, conformando uno de los veintidós cantones pertenecientes a esta demarcación geográfica en las siguientes coordenadas: latitud 565983, longitud 9934464 en la Zona UTM 17 Sur, bajo el Datum WGS 84. Tiene una extensión de 709,43 Km² de superficie (386,45 Km² parroquia Canoa; 322,98 Km² cabecera cantonal y periferia), cuenta con 22.025 habitantes (10.761 hombre; 11.264 mujeres), tiene una densidad poblacional de 31,04 habitantes/Km². Cuenta con alrededor de unas 6,729 viviendas, tanto en la zona urbana, periferia y rural del cantón. Los límites son: al norte con el Océano Pacífico y el cantón Jama, al sur con el estuario del río Chone y la isla Corazón, al este con los Cantones Sucre y Chone y al oeste con el Océano Pacífico.

Antecedentes Históricos cantón San Vicente

De acuerdo con él (Ministerio de defensa nacional, 2012) en la memoria técnicas, el Cantón San Vicente, es considerado el más joven de la Provincia de Manabí, fue creado el 16 de noviembre de 1999. Posee 2 parroquias: la cabecera cantonal y parroquia urbana de San Vicente; y Canoa, como parroquia rural. El Cantón San Vicente se

formó a partir de la desmembración del Cantón Sucre, antiguo asentamiento de Los Caras. El barrio Los Perales es uno de los más antiguos del cantón y es conocido en la historia por haber sido el lugar de combate de soldados sublevados durante la época Floreana en el año de 1832.

San Vicente cuenta con una población de 119 116 habitantes, con una economía basada en la producción agropecuaria, la ganadería y la pesca artesanal. También en los últimos años es visible el desarrollo turístico en el cantón, el cual cuenta 33 kilómetros de playa y alternativas ecoturísticas en la zona rural, que hacen de esta una zona de enorme potencial turístico, el cual se ve fortalecido con la construcción del Puente Bahía San Vicente, que ha facilitado el acceso y ha permitido la dinamización económica de la zona. Sin embargo, estas obras de infraestructura constituyen solo una parte del camino, aún queda mucho por hacer en lo referente a mejoramiento de la calidad de vida y el rescate de los espacios públicos, nuevos retos para el cantón de cara al futuro.

Caracterización Social del Cantón San Vicente

Aspectos demográficos La importancia de la información demográfica radica en su funcional uso para la determinación y toma de decisiones en el ámbito de las políticas públicas. Autores como Brenda Yépez señalan que a partir de su interpretación (de la información de indicadores demográficos), “se puede conocer el comportamiento social y económico de los individuos. Se trata pues, por un lado, hacer evidente la importancia de la interconexión de las variables demográficas con cualquier otra dimensión social; y por otro, analizar cómo

éstas pueden determinar de manera estructural el desempeño de la población" (Yépez, Módenes y López; 2007:32). Es decir, su uso contribuye a la formulación de estrategias para la concreción y alcance de objetivos subyacentes al desarrollo económico y social. Bajo éste enfoque, el cantón San Vicente está conformado por dos parroquias: San Vicente y Canoa; donde se evidencia una vocación esencialmente rural, pero con características que encierran a lo rural y u urbano. En su conjunto, San Vicente posee una población total de 22 025 habitantes. (Ministerio de defensa nacional, 2012)

1.2.7 Revisión histórica de la literatura del balneario Briceño

El balneario Isla Briceño, está ubicado en el perfil costanero del Cantón San Vicente, cuenta con aproximadamente 240 habitantes, dentro de la división territorial del cantón San Vicente es una de las 43 comunidades, en el ámbito económico productivo su gente tiene como base a la agricultura, pesca artesanal, el comercio y en la última década las actividades turísticas son también una importante fuente de ingresos económicos.

Uno de los balnearios más hermoso es Isla Briceño, que se encuentra ubicado en el perfil costanero del Cantón San Vicente, cuenta con aproximadamente 240 habitantes, dentro de la división territorial del cantón San Vicente es una de las 43 comunidades, en el ámbito económico productivo su gente tiene como base a la agricultura, pesca artesanal, el comercio y en la última década las actividades turísticas son también una importante fuente de

ingresos económicos.

La comunidad está asentada cerca de la desembocadura del río Briceño, de quien obedece su nombre, aunque hay lugareños que también sostienen que su nombre se debe a que en esta zona en tiempos pasados residió una familia de apellido Briceño.

Los habitantes de esta localidad anteriormente se dedicaron mayormente a la agricultura y a la pesca artesanal, en la década del 90 y con el auge de la cría de camarón en cautiverio, la comunidad se dedicó a la captura de larva salvaje de camarón, para lo que utilizaron mayas conocidas como rizos. Después del fenómeno del niño de 1998- 99, debido a las fuertes descargas de agua del río Briceño, el COE local declaró a este territorio como Zona de Alto Riesgo y la gran mayoría de familias del lugar fueron reubicadas en lo que hoy es la comunidad de Nuevo Briceño, la institución que realizó ésta gestión fue la Armada del Ecuador. Las familias que se negaron a desalojar este territorio y que aún se mantienen en él, ya con el pasar de los años han ido despertando el interés por la práctica de prestación de servicios turísticos, ya que este balneario es un hermoso paraje natural, en donde se pueden desarrollar actividades de recreación de sol y playa, surf, pesca deportiva y la oferta gastronómica, pues en Isla Briceño, desde hace cinco años se ha venido desarrollando EL FESTIVAL DEL LANGOSTINO, que ha sido una iniciativa impulsada por el señor Jorge Risco Mera – dirigente comunitario que con su visión de

buscar nuevas oportunidades de ingresos para la localidad ha promovido su organización y ejecución. Aunque en el año 1998, se obtuvo el acuerdo que concedía vida jurídica a toda la comunidad de Briceño, actualmente debido a la desidia y falta de acuerdos, la comunidad no cuenta con una organización que lidere las actividades para un mejor desarrollo de la población y el territorio. Por muchos años, no se contó con el servicio de abastecimiento de agua potable, actualmente hay dotación dos veces cada semana por parte de la EMARSEP y una por la vía de tanqueros o carros cisternas, actividad que la ejecuta el GAD Municipal de San Vicente. Desde el año 2002, se iniciaron las actividades turísticas a través de la oferta de restauración, inicialmente en los días declarados como feriados nacionales, luego sólo los fines de semanas y después de la apertura del Puente los Caras, esto es desde el 29 de octubre del 2010, se atienden todos los días, aunque no en todos los establecimientos.

1.2.8 Ubicación Geográfica

El balneario Isla Briceño en el cantón San Vicente, en la última década ha incursionado en la instalación de establecimientos para la preparación y venta de servicios de restauración, lo cual permite al turista tener una oportunidad más de atracción y permanencia en la zona.

1.2.9 Superficie Total

Tiene una extensión de 709,43 Km² de superficie (386,45 Km² parroquia Canoa; 322,98 Km² cabecera

cantonal y periferia), cuenta con 22.025 habitantes (10.761 hombre; 11.264 mujeres), tiene una densidad poblacional de 31,04 habitantes/Km². Cuenta con alrededor de unas 6,729 viviendas, tanto en la zona urbana, periferia y rural del cantón.

1.2.10. Límites Territoriales

Los límites son: al norte con el Océano Pacífico y el cantón Jama, al sur con el estuario del río Chone y la isla Corazón, al este con los Cantones Sucre y Chone y al oeste con el Océano Pacífico.

Hay que resaltar que de límites no definidos en las siguientes zonas: al Oeste Simón Bolívar, que actualmente está bajo jurisdicción del cantón Sucre; al sur en el sector de Horconcito; en el norte por el sector de Puerto Cabuyal – Pasa Borracho - La Badea con el cantón Jama.

1.2.9.1 División Política

Tiene una sola parroquia (Canoa) y la cabecera cantonal San Vicente. Cuenta con alrededor de 60 comunidades y recintos, principalmente los siguientes:

Canoa: Agua Fría, Ambache, Barlomi Chico, Boca de Camarones, Cabuyal, Camarones, Cascano, Chita, El Achiote, El Pital, El Sufrimiento, La Badea, La Humedad, La Ilusión, La Mila, La Unión,

Montabuy, Murachi, Muyuyal, Nuevo Briceño, Palo Amarillo, Puerto Cabuyal, Remojo, Río Canoa, Río Muchacho, San Pablo, Tabucillo, Tatiquigua, Valle de Hacha y Zapallo. **San Vicente:** Barlomi Grande, Cabuya, El Bálsamo, El Cereza, El Junco, El

Quemadito, El Tillal, El Zapote, Guacharacal, **Isla Briceño**, La Deidad, La Envidia, La Esperanza, La Estancia, La Fortuna, La Mocora, Los Horconcitos, Portovelo, Puerto Portovelo, Rio Mariano, Rosa Blanca, Salinas, San Felipe, San Miguel de Briceño, San Miguel de Los Chilas, San Ramón, Santa Rita y Simón Bolívar. (GAD, 2010)

La infraestructura de los locales de servicios de restauración en el balneario Isla Briceño, ha sido construida con materiales propios del sector. Por otro lado, los servidores de restauración son personas que han incursionado en el oficio ante la necesidad de una fuente de trabajo e ingresos. (Zanbrano Moran, 2015)

El balneario de Briceño, ubicado entre San Vicente y Canoa, al norte de Manabí, ofrece extensas y tranquilas playas para disfrutar de un refrescante baño en las aguas marinas, realizar caminatas y degustar de la sabrosa gastronomía.

Esta pequeña comunidad, donde se destacan casas rústicas construidas con madera, pertenece al cantón San Vicente. Se levantó con el esfuerzo de sus pobladores tras el terremoto de 2016 y ahora es el punto de encuentro para eventos de renombre nacional e incluso internacional, como son los festivales de la langosta y el langostino, que se realizan en Semana Santa y en agosto de cada año, informa Jorge Risco, presidente de la comunidad y promotor turístico.

Estos crustáceos son el ingrediente principal de la gastronomía que se oferta en el sitio, teniendo en cuenta que sus pescadores son los que las sacan del mar que baña a la comunidad. (La Hora, 2018)

Como expresa el periódico la Hora el balneario Briceño se encuentra entre San Vicente y canoa al norte de la provincia de Manabí, es una comunidad rural con características idóneas para desarrollar el turismo. Esta comunidad que sufrió también el terremoto del 16A del 2016, ha sabido levantar para continuar con sus actividades turísticas, a pesar de ello ahora en la actualidad específicamente a partir del 16 marzo de 2020 tiempo en que se desarrolla actual pandemia del Covid-19.

Las actividades turística de esta comunidad se han visto golpeadas al igual que en el resto del país y el mundo, teniendo en cuenta los sucesos de la actualidad se planteó este estudio para contribuir sea de manera directa o indirecta a la comunidad con la finalidad de mejorar y reactivar la economía mediante el analice de los datos obtenidos, para aportar conclusiones y recomendaciones a partir del estudio realizado aportando así directamente a los restaurante de Briceño que son el motor principal en actividad turística de esta comunidad.

A Briceño se llega luego de salir de San Vicente, por el norte, hasta llegar a un redondel con una vía que conduce a la playa. Apenas bastan cinco minutos en auto o 15 minutos de caminata para arribar al sitio. Los turistas provenientes de la capital normalmente utilizan la ruta descrita en la imagen de la figura #1 debido a que son los potenciales clientes para esta comunidad, la afluencia de los turista de la Sierra se puede evidenciar mayormente en julio y agosto durante el año debido a que los mismo tienen vacaciones y ese tiempo lo utilizan para visitar las

playas de la provincia de Manabí, disfrutar de la gastronomía que ofrece la parte costera del Ecuador como lo es el caso del balneario Briceño.

El presidente de la comunidad asegura que la playa de Briceño es la más adecuada para que las personas consigan un verdadero descanso y tomen un refrescante baño sin peligro alguno, porque es una playa amplia y tranquila, donde además se practican deportes acuáticos como el surf.

Además, la amabilidad de sus habitantes y cómo atienden a cada turista en los restaurantes y bares que se extienden al filo de la playa, es su tarjeta de presentación. En cuanto a la gastronomía, la langosta y el langostino puede saborearse en esta época, pues no están en veda, pero también ofertan el cangrejo azul, el camarón, las conchas, los pescados, los ceviches y más. Es una zona donde la variedad culinaria le ha dado un toque especial, señala Risco (Hora, 2018)

Como expresa el periódico la hora el balneario Briceño es muy adecuado para que los turistas vengan a descansar, debido a que es un lugar tranquilo relajante, para vacacionar, en la actualidad se puede tomar el servicio de hospedaje, puesto que existen hostales que prestan el servicio, para que los turistas disfruten de la mejor manera posible con la amabilidad que prestan sus habitantes.

Revisión de la literatura de la parroquia San Andrés de Canoa

De acuerdo con el sitio web (San andres de canoa, 2020) La cabecera parroquial de Canoa constituye la centralidad más importante de la Parroquia, allí se concentran las actividades de gestión administrativas y de comercio, económicas, los servicios públicos y privados.

Esta unidad territorial cuenta con equipamiento básico: parque, iglesia, casa de gobierno parroquial, escuela, unidad de policía comunitaria, cementerio; y concentra y se transforma en el eje de la actividad poblacional.

La imagen territorial de la Parroquia rural de Canoa con un paisaje conformado por: mar, playa, colinas leves, llanuras, ríos, áreas naturales, bosques, y cultivos.

La estructura de imágenes de la cabecera Parroquial de Canoa representa de manera idónea a los asentamientos humanos de las parroquias rurales de la zona del Cantón San Vicente

Costumbre y tradiciones

Los habitantes de la parroquia rural de Canoa son en su mayoría católicos. De allí que la mayoría de sus tradiciones giran en torno a las festividades religiosas y al fervor de las devociones y creencias.

Las manifestaciones religiosas se realizan en honor a los Santos de mayor devoción, celebrada en el Templo de la parroquia, y la religiosidad popular es expresado por los devotos mediante velorios.

Por otro lado, es común al visitar un hogar de esta localidad observar en un rincón de la casa, generalmente en la sala, un pequeño altar con algunos santos de devoción familiar a los cuales cada noche se les enciende

una vela como signo de acción de gracias por los favores recibidos.

Mientras las tradiciones más evidentes son: juegos como los de gallos enterrados, caña encebada, cintas en caballos o en bicicletas; los chigualos y amor fino que reviven la alegría cada navidad.

Los versos y amor finos, que surgen de la cultura popular y se han mantenido en forma oral, son apenas dos de las tantas manifestaciones culturales que se mantienen.

Entre las fiestas que se celebran están la de Semana Santa, Fiesta de Carnaval, San Pedro y San Pablo, San Ignacio y Santa Rosa. La vestimenta tradicional de los habitantes de la Parroquia Canoa es Montubia; camisas, botas o zapatos de caucho, pantalones largos acompañados de sombreros. La mujer de la Parroquia rural de Canoa viste con faldas largas, algunas con pantalones y blusas holgadas.

MEDICINA

La población de Canoa, ante la escasa atención médica, opta por los servicios de otros agentes médicos populares, que consiste en procesos curativos, es el ceremonial de orden mágico religioso, que consiste en oraciones, secretos y ritos específicos que permiten eliminar los espíritus, maleficios e influencias externas o sobrenaturales, a fin de restablecer el equilibrio tanto en el ámbito individual como en la comunidad. La invocación a los santos, rasgo de la religiosidad popular, se hace evidente

en este tipo de procedimiento, en el cual el agente médico hace las veces de mediador de la “fuerza divina” para lograr el restablecimiento de la salud.

La población es la preparación de montes, infusiones o tomas con hierbas medicinales, sustentada en un principio térmico que involucra la dualidad fresca cálido.

Este principio define el efecto que las sustancias producen cuando ingresan o se aplican al cuerpo humano: es decir, si el organismo padece de situaciones de enfriamiento como gripe, escalofrío, reumatismo, etc. el agente empleará plantas medicinales calificadas como “calientes”, caso contrario, para las enfermedades cálidas como temperatura o inflamación, utilizará plantas “frescas”.

En Canoa y otras comunidades, son asiduos clientes de los agentes de la medicina popular, cuya presencia, fruto de los aportes de culturas indígenas y otras.

Pese a que sus prácticas son cuestionadas por representantes de la Iglesia católica o de la medicina occidental, éstas todavía perviven debido, sobre todo, a que abarcan un ámbito que la medicina occidental no puede cubrir: el tratamiento de enfermedades originadas por factores sobrenaturales.

La medicina popular en la parroquia rural de Canoa, tomando como la descripción de los agentes de salud, y de varias enfermedades por ellos tratadas y las prácticas empleadas para su curación se establece en: curanderos en general, parteras o comadronas, y sobadores

Mientras las enfermedades que predominan en la medicina popular tenemos: mal de ojo, susto, y brujería

CULTURA

El habitante de Canoa al igual que los hombres de la costa ecuatoriana utilizaba camisa blanca liviana, pantalón corto generalmente blanco, pañuelo rojo en el cuello.

Sombrero de paja toquilla, cuando trabajaba en el campo utiliza botas de caucho largas y su machete. Mientras las damas de la Parroquia de Canoa se visten con faldas largas, algunas con pantalones y blusas holgadas.

MÚSICA.

La música popular tradicional en Manabí debe es un producto de un proceso histórico que data desde tiempos prehispánicos. Instrumentos musicales incipientes como silbatos, conchas o caracoles marinos del período Formativo Temprano, empleados por los indígenas para entonar ritmos imitativos de la naturaleza, dan cuenta de esta afirmación. La llegada de los españoles trajo consigo consecuencias devastadoras en este campo.

Hasta las primeras décadas del siglo XX, la música tradicional, originada del sincretismo de los componentes europeos e indígenas, se vio plasmada en ritmos bailables como el vals criollo, la contradanza, el minué y la polca, patrimonio en un principio de la "buena sociedad", sin embargo, se popularizaron rápidamente a lo largo de la región con connotaciones muy particulares en los diferentes estratos sociales de las diferentes localidades de la provincia.

ACTIVIDAD TURISTICA

La actividad turística en la parroquia es importante ya que el 8,55% de la población se dedica a esta actividad. San Andrés de Canoa cuenta con once establecimientos, repartidos entre hoteles, hostales, pensiones y cabañas. Los cuales brindan los servicios de alojamiento y alimentación, estos servicios son simples e insuficientes ya que solamente se ofrecen las comodidades básicas, de la infraestructura podemos citar a Hostería Canoa, País Libre, Posada de Daniel, Pacific Fun, y Bambú.

Por su belleza natural y por gozar de un espléndido clima que recibe de frente la brisa del mar la parroquia, sus comunidades las mismas que brindan un turismo rural y son unos de los más pintorescos y preferidos balnearios de la costa ecuatoriana donde se puede practicar deportes acuáticos como el surf, la banana, sky acuático, entre otros.

La vista de millares de turistas nacionales y extranjeros ha motivado a la gente de empresa instalar modernos, cómodos y lujosos hoteles de primera categoría, hostales, hoteles y cabañas de tipo familiar, ubicados frente a sus costas, creando un grato ambiente para los visitantes.

La Parroquia rural de Canoa goza de grandes potenciales turísticos que han no han sido difundidos por la escasa información.

Entre los atractivos más importantes se encuentra su extraordinaria playa de aproximadamente 2 Km., las características de sus olas hacen de Canoa uno de los lugares favoritos donde acuden los amantes del surf, la vela y para practicar parapente y alas delta.

Varias veces ha sido sede del campeonato nacional y está adquiriendo interés internacional. La visita a manglares es posible a través de un recorrido por la Isla Corazón. Desde Canoa, o desde Puerto Portovelo (vía San Vicente-San Antonio) guías nativos a bordo en las tradicionales canoas o bongos llevan al visitante por el estuario del río Chone hacia la Isla, la misma que está habitada por cientos de especies de aves marinas, crustáceos, reptiles, y cinco especies de mangle.

Al contar con estos recursos naturales se puede desarrollar el Ecoturismo en forma sustentable, con la participación de la comunidad, para que de esta manera los pobladores hagan del turismo una actividad económica que pueda mejorar su nivel de vida.

Las actividades a realizarse para explotar este potencial turístico de San Andrés de Canoa son caminatas por senderos en la naturaleza, avistamiento de aves en la Isla Corazón tanto al amanecer como al anochecer, pesca, observación de flora, fotografía, pastoreo a caballo en haciendas. Es un lugar adecuado para realizar caminatas, visitar los ríos Canoa y Muchacho. La visita a haciendas y fincas es otra alternativa para disfrutar del turismo rural, la vida de campo, aprender el ordeño de vacas y la elaboración de quesos y yogurt.

En relación al equipamiento recreativo para la población de la cabecera parroquial y el resto de las comunidades, es uno de los aspectos menos atendido, aunque en la cabecera si cuenta con áreas recreativas tanto a nivel pasivo como activo.

La parroquia rural de Canoa, tiene un sin número de áreas naturales para realizar recreación activa y pasiva, como la playa que tiene una extensión de casi 2 Km. y se la conoce como "Segunda Montañita" por su ambiente. Para los amantes de la naturaleza, uno de los mayores atractivos de Canoa es el Peñón de Piqueros Patas Azules. Rodeando la zona hay dunas de arena y al sur existe una plataforma para la práctica de parapente y alas delta; luego tenemos Punta Chinita, Punta Barquito formando hermosas ensenadas en playas vírgenes y privadas.

Proyecto de promoción turística rural: La Mila (Piedra del Diablo). Puerto Cabuyal cabo pasado.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS TEÓRICO DE LOS SOPORTES DE CALIDAD Y GESTIÓN DE LOS SERVICIOS DE RESTAURANTES

2.1. Calidad

A través del desarrollo de esta investigación, se evidenció que el servicio al cliente es muy importante en cualquier empresa, depende de esto el éxito o el fracaso de la misma. Para una organización siempre es bueno que un cliente salga satisfecho para que así ellos puedan recomendar el lugar por su buena comida y servicio. Referente al marco teórico se mencionaron algunas teorías, enfoques de la calidad, calidad del servicio, satisfacción al cliente, características de la calidad, modelos de medición de servicio. (Mosquera, 2018)

Como expresa Mosquera el servicio al cliente es muy importante y esto lo es en cualquier empresa, porque depende de esto para poder lograr el éxito o el fracaso de la misma, por ello para una empresa siempre es bueno que el cliente salga satisfecho, pues lo mismo se puede traducir en una fidelización de un cliente ganado.

La calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño

de los procesos productivos. Este autor indica una de la manera de mantener la calidad es continuar con la constante evolución de sus producto o servicio y una de la otra es mantenerse en el mercado. (Deming, 1998)

El punto de vista del autor expresa que la calidad es un grado predecible de uniformidad y a bajo coste, también expresa que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, para proteger su inversión, mediante esta ganar, mejorando el producto o servicio en base a la calidad.

La calidad se la ve relacionada con el marketing en donde este llama la atención del cliente En base a expectativa que el cliente requiera debido a los estándares de calidad con el que este se identifique. (Alonso & Barcos, 2006)

Desde el punto de vista de los autores la calidad de un producto o servicio implicada la adecuación de un diseño, que se basa en las necesidades del cliente y por ello se brinda la satisfacción en la calidad debido a que tienen relación,

Alonso expresa, que la calidad está relacionada con el marketing, donde el mismo, llama la atención al cliente, en base a la expectativa del cliente, se requiere los entandares de calidad, con el cual se identifica.

Calidad significa calidad del producto, calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos. Esto quiere decir que la calidad con sus procesos que implica debe ser eficiente para alcanzar objetivos

establecidos como empresa ya sea esta comercial o de servicio. (Ishikawa, 1986)

El autor expresa que calidad del producto está relacionado, con calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos. Porque la calidad es un proceso que implica eficiencia para alcanzar sus objetivos.

La calidad en el servicio no es conformidad con las especificaciones sino más bien conformidad con las especificaciones de los clientes. La calidad en el servicio adquiere realidad en la percepción, considerando esta como un deseo más que la percepción, ya que esta última implicaría un pensamiento y análisis anterior. Lo que los clientes desean del desempeño del servicio tiene cinco dimensiones globales que son: 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. (Gutiérrez Nava, 2004)

2.2. Calidad del servicio

La calidad de servicio es un concepto complejo que comprende tanto a los elementos tangibles como intangibles que perciben los consumidores al recibir un servicio. De igual manera, representa una de las variables más importantes en la formulación de las estrategias de marketing, la cual ayuda a mejorar la competitividad de la empresa. La lealtad es otro concepto complejo que permite conocer la intención o decisión que asume el consumidor ante el estímulo calidad de servicio. Ambos conceptos se encuentran estrechamente relacionados, según lo muestra Heskett (1997) en su modelo del Service Profit Chain, el cual forma parte de la información esencial de las empresas, principalmente las de servicios, para el diseño de sus estrategias de calidad de servicio y fidelización de sus clientes, que, finalmente, impactará en sus resultados financieros. La investigación se enfocó en establecer la asociación entre ambos conceptos, calidad de servicio y la lealtad, en clientes de supermercados de Lima, considerando su percepción e intención de comportamiento. (Roldan, 2010)

Como expresa el autor la calidad en el servicio un concepto complejo que comprende tanto a los elementos tangibles como intangibles que perciben los consumidores al recibir un servicio, para representa una de las variables en la formulación de estrategias para la mejora del servicio en los restaurantes del balneario Briceño tomados como objetos de estudio.

La calidad puede referirse a diferentes aspectos de la actividad de una organización: el producto o servicio, el proceso, la producción o sistema de prestación del servicio

o bien, entenderse como una corriente de pensamiento que impregna toda la empresa. Sin embargo, tanto en el ámbito general como en el sanitario, existen unos criterios erróneos acerca de la calidad y de su control que suponen un obstáculo al necesario entendimiento entre quienes la exigen y los que deben conseguirla. El concepto de calidad ha evolucionado a lo largo de los años y dado lugar a que tanto lo referente a su función como a su ámbito y objeto de control hayan variado hasta nuestros días, cuando la calidad se configura como una modelo de gestión y un estilo de dirección implantado en las empresas líderes. El objetivo fundamental de la calidad, como filosofía empresarial, es satisfacer las necesidades del consumidor, aunque éste es un concepto controvertido, Las necesidades pueden estudiar-se según diversos puntos de vista -de la teoría económica, del marketing, de la psicología y de la economía de la salud-, no siempre coincidentes. Desde todos ellos se han aportado contribuciones al conocimiento de las necesidades que deben considerarse al planificar los recursos sanitarios. Introducción a la terminología Contempladamente desde el ángulo de la gestión, la calidad requiere un marco teórico general don-de desarrollar sus objetivos a través de la unidad de acción proporcionada por los conceptos comunes, estrategias, procesos, formación y motivación. (Nations., 2011)

Como manifiestan las naciones unidas, que la calidad se puede referirse a diferentes aspectos de la actividad de una organización: el producto o servicio, el proceso, la producción o sistema de prestación del servicio o bien, entenderse como una corriente de pensamiento que

impregna toda la empresa, donde todo este proceso están intrínsecamente relaciones dos para un objetivo como lo es la calidad, del producto o servicio.

La calidad implica mejorar permanentemente la eficacia y eficiencia de la organización y de sus actividades y estar siempre muy atento a las necesidades del cliente y a sus quejas o muestras de insatisfacción. Si se planifican, depuran y controlan los procesos de trabajo, aumentará la capacidad de la organización y su rendimiento. Pero, además, es necesario indagar con cierta regularidad sobre la calidad que percibe el cliente y las posibilidades de mejorar el servicio que recibe. (Ministerio de Fomento de España, 2005)

Desde el punto de vista del Ministerio de fomento de España, la calidad implica en todo momento la eficiencia y eficacia en el proceso organizativos de sus actividades, y siempre estar pendiente a las necesidades y quejas del cliente, debido a que, si el cliente se queja, este está demostrando insatisfacción en el producto o servicio

2.3. Gestión de la calidad del servicio

La calidad final de un producto o servicio, tal como se suministra a un cliente, se deriva o depende totalmente de la "calidad interna" con la que se generó. Esto significa que la calidad se construye a través de todos los pasos que intervienen en la prestación del servicio. Cuando entre las metas de una organización está el garantizar la calidad de sus productos o servicios, se debe asegurar el trabajo y el compromiso del personal para lograr la calidad interna, la cual se traduce en la máxima eficiencia y efectividad en todas las actividades internas. Cada persona al hacer su

trabajo funciona o se desempeña a la vez como cliente y proveedor. (Peresson, 2010)

Desde el punto de vista de Peresson 2010, explica que la gestión de la calidad se deriva de la calidad interna con la que se generó, lo que significa que la calidad se construye a través de todos los pasos los pasos que interviene en el proceso de la prestación del servicio.

Se ha demostrado que gestionar la calidad del servicio es un factor determinante clave para garantizar el buen desempeño empresarial y que a través de ésta aumentar la capacidad competitividad y el crecimiento económico. Lo que, si no está claro aún es el concepto de calidad, para muchos es un término que algunos entienden, pero pocos saben definir. El carácter multidimensional de la calidad hace que sea definida en un sentido amplio, generando algunas polémicas. La calidad de servicio por su carácter subjetivo y características distintivas es más compleja de definir y juzgar. Dadas estas discrepancias conceptuales, surgen los aportes realizados por Lewis y Booms (1983), los cuales dieron origen a diferentes modelos de interpretación de la calidad percibida del servicio a partir del ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas, entre ellos surgen varias escuelas que se basaron en el paradigma de la des confirmación de la teoría del comportamiento consumidor de Oliver (1981). Estas escuelas han dado lugar a múltiples discusiones y numerosos trabajos empíricos que han sido validados y contrastados en diversas ocasiones. (Colmenares Delgado, 2007)

Como expresan los autores la gestión de la calidad es un factor clave para el buen desempeño de la actividad empresarial y que a través de ésta aumentar la capacidad competitividad y el crecimiento económico, también expresa que no está claro aún es el concepto de calidad, para muchos es un término que algunos entienden, pero pocos saben definir. El carácter multidimensional de la calidad hace que sea definida en un sentido amplio, generando algunas polémicas, y esto se debe a las discrepancias conceptuales.

2.4. Servicio

El servicio al cliente, en la actualidad, es un tema de relevancia en las organizaciones, de él depende la atracción y la retención de los clientes, sean internos o externos. Adicionalmente, la estrategia más importante con la que se puede comprometer la alta gerencia es la creación de una cultura de servicio al cliente en los colaboradores de la empresa, como lineamiento en la ejecución de sus actividades. (Daza Rodríguez, 2017)

Como expresan los autores el servicio de calidad es un tema de relevancia en las empresas, de ello depende la atracción y la rentabilidad del cliente, sean los mismo internos o externos, debido a que si se le da un buen servicio a ese cliente el mismo consumirá más y esto se traduce como la rentabilidad a la empresa, y mediante ello en base a su buena prestación del servicio ganan la fidelización del cliente.

Uno de los aspectos más importantes en la generación de diferenciación con respecto a la competencia lo constituye "el Servicio al Cliente". El Servicio al Cliente

presenta características, que convierten su tratamiento en complejo de implementar: Por ejemplo, se menciona que el Servicio es intangible; que el Servicio es variable; que el Servicio se produce y se consume a la vez; y, que el Servicio no puede ser almacenado. Lo anterior es influido por la cultura del país donde se ubique la empresa. El tratar el tema del Servicio al Cliente es muy importante en áreas de poder mantener a nuestros clientes. En este sentido, varias investigaciones citadas evidencian el impacto de un mal manejo del Servicio al Cliente, así como cifras ligadas en general a su comportamiento. El Servicio al Cliente se puede definir como el conjunto de aspectos relacionados con los clientes, y no sólo se trata de atención al cliente, aspecto que es comúnmente confundido con el primero. La atención al cliente es parte del Servicio, pero no lo es todo (Vargas, 2006)

Desde la perspectiva de Vargas, uno de los aspectos más significativos en la generación de diferencia con respecto a la competencia lo constituye "el Servicio al Cliente". El Servicio al Cliente muestra características, que convierten su tratamiento en complejo de implementar, estrategias al momento de prestar un servicio.

2.5. Servicio al cliente

El objetivo de las compañías no es realizar ventas, el objetivo real de las empresas actuales es conseguir clientes, por ello es preciso realizar un seguimiento de cada una de las ventas y atender todas aquellas quejas que de ella se pueda derivar. Por esta razón la calidad del servicio, es clave como herramienta competitiva para diferenciarse de la competencia especialmente cuando los niveles de satisfacción del producto están aumentando

constantemente y la paridad o grado de similitud entre las marcas se considera muy elevado por los clientes: la satisfacción aumenta mientras que la diferenciación disminuye progresivamente. Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sean de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores. El mercado ya no se asemeja en nada al de los años pasados, que era tan previsible y entendible. La preocupación era producir más y mejor, porque había suficiente demanda para atender. Hoy la situación ha cambiado en forma dramática. La presión de la oferta de bienes y servicios y la saturación de los mercados obliga a las empresas de distintos sectores y tamaños a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos "clientes escurridizos" que no mantienen "lealtad" ni con las marcas ni con las empresas (Canfield, T., 1998)

Como expresa Canfield, el objetivo de las empresas no es realizar ventas, el principal objetivo real de las empresas actuales es conseguir clientes, por ello es preciso prestar la mayor atención al cliente y realizar un seguimiento de cada una de las ventas y atender todas aquellas quejas que de ella se pueda derivar. Por esta razón la calidad del servicio, es clave como herramienta competitiva para diferenciarse de la competencia, para obtener la rentabilidad deseada.

El servicio al cliente no es una decisión optativa, sino un elemento imprescindible para la existencia de una empresa y además constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso. Todas las actividades que ligan a una empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente. (Renata, 2005)

Como expresa Renata 2005, el servicio al cliente no es una decisión que se puede tomar o no, sino que es un elemento necesario para la existencia de la empresa y esta pueda ser competitiva en el mercado, donde manifiesta también que todas las actividades que ligan a una empresa con sus clientes constituyen el servicio al cliente.

El servicio y la atención de calidad son el reflejo del compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general. La orientación hacia el cliente o público usuario, permite que las organizaciones tiendan a otorgar un mejor servicio pensado en sus diferentes necesidades, gustos y deseos. (Williams, 2007)

Se entiende por servicio al cliente o servicio de atención al cliente a los métodos que emplea una empresa para ponerse en contacto con su clientela, para garantizar entre otras cosas que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores y sea empleado de manera correcta. Es también una eficiente herramienta de marketing. Los elementos del servicio al cliente son: Contacto cara a cara. Es decir, la posibilidad de entrevistarse con el cliente y darle atención personalizada, no mediatizada a través de un sistema electrónico o de una llamada telefónica.

Esto refuerza el nexo con el cliente y le hace sentir escuchado. Relación clientelar. Reforzar la relación con el cliente es clave en los servicios de atención, y esto se ha puesto en evidencia gracias a las redes sociales y la cultura 2.0, en la que el branding o fidelización de las marcas se hace imperativo en la relación entre la empresa y el consumidor. Correspondencia. La correspondencia entre cliente y empresa es clave para una atención al cliente saludable, ya que fortalece la identificación entre ambos y la resolución de los problemas que se presenten. Reclamos y cumplidos. El cliente debe contar con alguna forma de ejercer presión para que sus problemas o insatisfacciones tengan arreglo, o recompensar la buena actuación de algún departamento de la empresa. Instalaciones. Debe brindársele al cliente la dirección física de las instalaciones a las que puede acudir para recibir contacto cara a cara. No todo, en fin, puede ser virtual o digita (Maria, 2018)

Como expresa Williams el servicio y la atención de calidad son el reflejo del compromiso de quienes integran una institución orientada al cliente, usuario o público en general, por ello es de vital importancia saber y conocer lo mismos para poder utilizarlo de la manera correcta, lo cual ayudara a la empresa a tener mejor rentabilidad.

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, deben de demostrar la capacidad que tienen para desempeñarse en esta área, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes

ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos, y si se llega a alterar pueden convertirse en una amenaza. Más, sin embargo, en muchas ocasiones puede llegar a ser empleado por las organizaciones incorrectamente, afectando tanto al desarrollo y crecimiento de las mismas, por lo cual, principalmente se debe definir la importancia de dicho servicio al cliente, para poder estructurar adecuadamente la forma más óptima de llevarlo a cabo. (Solano Barrera, 2013)

Según los autores expresan que el servicio de calidad es uno de los puntos primordiales que se deben cumplir dentro de cada una de las empresas; sin importar el tamaño, estructura y naturaleza de sus operaciones, para ser conceptivos en el mercado.

2.6. Servicio al cliente en restaurante

Si manejamos un restaurante, un aspecto fundamental del éxito será conseguir una clientela fiel. Un cliente leal, repite su visita al restaurante asiduamente, recomienda el negocio a otras personas, y puede tolerar una falla ocasional en la atención sin desertar, todo esto gracias a la relación generada. Por lo tanto, una variable indispensable a trabajar por parte de la gerencia de un restaurante, consistirá en analizar como brindarle mayor valor al cliente para que éste, frente a la fuerte oferta del mercado, siga eligiendo volver a nuestro negocio. Nos basaremos, en que la clave para generar una alta lealtad entre los clientes es proporcionarles un valor elevado, ya que si están altamente satisfechos estarán mucho menos dispuestos a cambiar. Una satisfacción elevada o un deleite crean un vínculo emocional con la marca, no sólo una preferencia racional. (Cabrera, 2019)

Como manifiesta el autor un aspecto fundamental del éxito del restaurante es conseguir una clientela fiel, y esto se consigue el servicio al cliente, un servicio que será de calidad, que satisficiera las necesidades y expectativa del cliente, por ello es importante saber utilizar las herramientas de servicio atención cliente de manera adecuada, para conseguir la rentabilidad en el mismo sin dejar de un lado la calidad de servicio prestada al cliente.

2.7. Restaurante

La palabra restaurante fue utilizada por primera vez a mediados de los años 1700s, esta describía lugares públicos que ofrecían a las personas la opción de comer sopa y pan sin tener que prepararlos por su propia cuenta.

un restaurante es considerado como aquel “establecimiento público donde, a cambio de un precio, se sirven comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local. (turismo, 2007)

Un restaurante es un “establecimiento donde se preparan y venden alimentos y bebidas para ser consumidas ahí mismo, en el que se cobra por el servicio prestado” (Herrera, 2004)

Los restaurantes del balneario Briceño se especializan en la preparación de platos a la carta la mayor parte de ellos se especializan en la preparación de alimentos, la investigación bibliográfica, así como la investigación de campo permitirá fundamentar y determinar si los restaurantes del balneario Briceño cumplen con los procesos adecuados en el campo de estudio escogidos. Debido a que no hay una investigación como referencia en la calidad de servicio para la atención al cliente, y en

la preparación de alimentos en los restaurantes del balneario Briceño del cantón san Vicente que permita fundamentar bibliográficamente en donde se analice si existe la prestación adecuada del servicio en la atención conjuntamente con la elaboración adecuada de los platos gastronómicos que se realizan en este sitio, se procede a realizar una investigación este balneario la cual servirá como referencia para futuras investigaciones. (zambrano, 2020)

Según desde el punto de vista del autor Zambrano los restaurantes del balneario Briceño se especializan en el área del marisco producto del mar debido a su ubicación estratégica ubicados en zona costera y ofrecen sus productos mediante la modalidad de platos a la carta, también manifiesta que no existe una investigación realizada la temática de estudio que sirva como apoyo para desarrollar la investigación.

La rentabilidad de un restaurante es la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades. La rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. (America, 2008)

Según autor expresa que la rentabilidad en restaurante es la relación que existe entre la utilidad y la inversión para tener éxito en termino de rentabilidad, otro autor manifiesta que la restauración es una actividad compleja, llena de matices y dificultades, que hay que superar continuamente.

La restauración es una actividad compleja, llena de matices y dificultades, que hay que superar continuamente. Cada oferta de restauración tiene que tener un tratamiento singular, por sencilla que parezca, y es necesario aplicar todas aquellas técnicas y herramientas que conviertan a cada negocio del área de comidas y bebidas en una ventaja competitiva respecto a los demás (Gallego, 2005)

Las fuentes bibliográficas consultada permiten fundamentar teóricamente la investigación debido que la información obtenida permite desarrollar la temática expuesta con el fin de al alcanzar los objetivos planteados, es de vital importancia recalcar que las misma tienen una importante participación debido a que se relaciona con los conceptos desarrollados en el trabajo.

La restauración en el turismo se ha convertido en un producto de alto consumo y junto a ello la necesidad de una adecuada gestión de inocuidad, puesto que más importante que la ambientación, el servicio e incluso los precios, es sin lugar a dudas la calidad del producto. (García Pulido, 2017)

2.8. Atención al cliente en restaurante

La atención al cliente es el servicio proporcionado por una empresa con el fin de relacionarse con los clientes y

anticiparse a la satisfacción de sus necesidades. Es una herramienta eficaz para interactuar con los clientes brindando asesoramiento adecuado para asegurar el uso correcto de un producto o de un servicio.

La atención al cliente consiste en la gestión que realiza cada trabajador de una empresa que tiene contacto con el cliente, para brindar asesoramiento y soluciones de calidad, lo cual es una oportunidad para generar satisfacción. (Monica, 2015)

En la atención al cliente uno de los aspectos más importantes es la COMUNICACIÓN, pues es la base de las buenas relaciones con el cliente/ la clienta, ésta consiste en: la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal. (FAD – CEPAM, 2013)

Desde el punto de vista de los autores la atención al cliente se basa en la gestión que realiza cada trabajador, mientras que el otro expresa que en la atención al cliente uno de los aspectos más importante es la comunicación, para fomentar una relación con el cliente. La atención al cliente se refiere al trato que le damos al cliente cuando interactuamos con él y un factor clave para ello es la comunicación como lo expresa el manual de atención al cliente

Detrás de las actuales y numerosas políticas de atención al clientes encuentra que la calidad ha tomado a lo largo de los años un papel prioritario en cuanto a la gestión del cliente, en gran medida influenciado por el incremento de la competitividad entre las organizaciones y el aumento global de la cultura del cliente. (Taype, 2008)

Según fuentes bibliográfica consultada expresan que la atención al cliente al momento de ser ejecutada se debe tener en cuenta la importancia que poseen con la finalidad de ganar o fidelizar un cliente evitando así mismo la pérdida del mismo por la mala atención al cliente, lo que se traduciría en termino de más rentabilidad, si gana cliente, por el contrario, si es pérdida del mismo significaría desventaja de rentabilidad para la empresa.

El cliente es "una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final. (Marketing, 2020)

Según la fundamentación teórica consultada donde se evidencia que intervienen los factores mencionados son necesarios para lograr los objetivos propuesto debido a que el cumplimiento de los mismo permite alcanzar las metas planteadas en el trabajo ejecutado, la fundamentación teórica de los autores citados permite dar sustento y apoyo a la investigación realizada.

La importancia de la atención al cliente para las empresas actuales se ha convertido en una importante ventaja competitiva que les permite mantenerse en el mercado, crecer y obtener rentabilidad. Esta ventaja atrae a los clientes y crea la confianza suficiente para que vuelvan a solicitar los productos y servicios ofrecidos por la empresa. (Torres, Mendely, 2010)

2.9. Gestión de la atención al cliente en restaurante

La gestión de la atención al cliente consiste simplemente en eso: en 'gestionar' la forma de atender al cliente. Desde siempre, el negocio se ha identificado con la competición. Se trata de competir por los mercados, por los territorios, por los lugares en los que se desarrolla la venta al menor y, sobre todo, por los clientes. (Brown, 1992)

Desde el punto de vista de Brown la gestión al cliente es básicamente la forma en como le atendemos al cliente el trato brindado al mismo, puesto que si la atención es buena y adecuada podremos fidelizar al cliente en base a la buena gestión de la atención.

Satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio acerca de que un rasgo del producto o servicio, o de que producto o servicio en sí mismo, proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo. En términos un poco menos técnicos, nosotros interpretamos esta definición para referirnos a que satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas el resultado que se obtiene es la insatisfacción con dicho producto o servicio. La satisfacción del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, También actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales de los clientes, lo mismo que sus atribuciones y sus percepciones de equidad. (Zeithaml, B., 2001)

Desde la perspectiva del autor expresa que en si satisfacción es respuesta al cliente para dar saciedad al cliente, para ello intervienen varios factores, como por ejemplo si ese producto o servicio satisface su necesidad, otro factor a tomar en cuenta es la emoción del cliente de cómo le hacemos sentir al momento de atenderle.

2.10 Importancia de la calidad de servicio al cliente en restaurante

la importancia de la atención al cliente para las empresas actuales se ha convertido en una importante ventaja competitiva que les permite mantenerse en el mercado, crecer y obtener rentabilidad. Esta ventaja atrae a los clientes y crea la confianza suficiente para que vuelvan a solicitar los productos y servicios ofrecidos por la empresa. (Torres, Calidad Total en la Atención Al Cliente. , 2010)

Según el punto de vista de Torres indica que la importancia de la atención al cliente se ha convertido en una ventaja muy importante y competitiva a la hora de vender un producto o servicio, con la finalidad obtener una mejor rentabilidad, debido a que si se presta una buena atención al cliente esto se traducirá en la fidelización del mismo, para lo cual es de vital importancia realizar una atención oportuna según las condiciones en que se desarrolle la actividad.

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. En segundo lugar, se ubica la mirada a la calidad del servicio al cliente y su relación con una adecuada captación y capacitación del capital humano, enmarcado en la gestión de recursos humanos en relación a estos dos subsistemas. Y finalmente, se

aborda un análisis sobre el talento humano como factor clave para atraer y retener individuos altamente motivados, preparados académicamente y con experiencia en el mercado para lograr una excelente calidad en el servicio. (Observatorio Laboral Revista Venezolana, 2011)

Como expresa el observatorio laboral Revista Venezolana que el éxito de una empresa depende de la demanda de los cliente, teniendo en cuenta la calidad de servicio que brinde, adicional a ello y no menos importante la capacitacion al personal debidamente necesaria, y que tengan experiencia para asi mediante ello conseguir los objetivos propuestos.

2.11. Restaurante: ¿qué es? ¿De qué depende? ¿Cuál es su propósito?

La palabra restaurante fue utilizada por primera vez a mediados de los años 1700s, esta describía lugares públicos que ofrecían a las personas la opción de comer sopa y pan sin tener que prepararlos por su propia cuenta.

un restaurante es considerado como aquel "establecimiento público donde, a cambio de un precio, se sirven comidas y bebidas para ser consumidas en el mismo local. (turismo, 2007)

Un restaurante es un establecimiento donde se preparan y venden alimentos y bebidas para ser consumidas ahí mismo, en el que se cobra por el servicio prestado. (Herrera, 2004)

Según estos autores que básicamente un restaurante es un lugar donde se sirven alimentos a cambio de un valor

monetario, puesto que la finalidad del establecimiento es obtener rentabilidad optimizando su recurso teniendo en cuenta la calidad en su servicio y las acciones que engloba dentro de ella, los conceptos mismo permitieron validar la investigación y dando sustento a la misma.

Un restaurante es un establecimiento en el que alimentos y bebidas son preparadas para su consumo ahí mismo. En estos lugares se cobra por el servicio prestado. El termino deriva de la palabra restaurare de origen latín, que quiere decir restaurar o recuperar. La finalidad tanto de un restaurante como de los bares, es ofrecer productos y servicios a un público y existen un gran número de variable de este tipo de establecimiento, así como de los tipos de servicios que se prestan en los mismos. (Duron & Dahmer, 2006,1993)

Según los autores concuerdan en gran parte con los demás autores citados, cabe recalcar que los mismo mencionan también que la palabra restaurante proviene del latín la cual se puede traducir como restaurar o recuperar, también expresan que la finalidad de estos establecimientos es ofrecer un producto o servicio

Los restaurantes con servicio a la mesa, se basa en que los clientes toman asiento y su comida les es servida a la mesa. En algunos casos, alguien del personal del establecimiento acompañara al cliente a su mesa o podrán los clientes también tomar asiento en las mesas de su elección. Los clientes tendrán acceso a algún tipo de menú, ya sea impreso, puesto en una pizarra o descrito por la persona encargada del servicio, misma persona que tomara la orden de alimentos y bebidas y la llevara a la cocina para

su preparación y esa misma persona u otra, posteriormente llevara los alimentos y bebidas a la mesa del cliente. (Mostaedi, 1999)

La mayoría de los restaurante d servicio a la mesa, al final se entrega la cuenta por el total a pagar, el cliente, el cual en ocasiones podrá decidir si la pagarlo en efectivo, con tarjeta o con alguna otra forma de pago aceptada por el establecimiento. (Dittmer, 2002)

Lo que estos autores expresan básicamente que, al momento de tomar un servicio gastronómico, siendo el caso el servicio de mesa donde se sirven los alimentos, una persona toma la orden, la misma u otra puede llevar los alimentos a servirse, mientras que el otro autor menciona que en la mayoría de los restaurantes al final se entrega la cuenta ser cancelada por el cliente, y que este en ocasiones puede decidir con que pagar sea efectivo o tarjeta, u otra forma que el establecimiento acepte

2.12. Especialidad de un restaurante

La especialidad de un restaurante está influenciada por varios factores para el desarrollo de su actividad, tales como, la ubicación estratégica para ofrecer el producto o servicio, también la demanda del producto o servicio en cierta zona que es requerido, un restaurante de especialidad básicamente es un establecimiento especializado sobre un tema en específico para desarrollar la actividad que se quiere desempeñar, para lo cual se debe realizar un estudio de mercado para analizar si es rentable o no la ejecución del proyecto como lo son los establecimiento gastronómico de especialidad. (Zambrano, 2020)

Lo que el autor menciona desde su conocimiento empírico que la especialidad de un restaurante es determinada por varios factores, y que además de ello debe existir un estudio de mercado en donde se pueda evidenciar la rentabilidad o no del proyecto a realizar como son los establecimientos gastronómicos de especialidad.

Los restaurantes del balneario Briceño del cantón San Vicente, provincia de Manabí, Ecuador se especializan en la preparación de mariscos, debido a su ubicación estratégica la cual se encuentra en un sitio turístico como lo es el balneario Briceño, donde se observa que tiene gran acogida por el turista, la investigación permitirá analizar su proceso en su forma de operación en cuanto a la preparación de alimento y la atención prestada por el mismo, para lo cual la investigación teórica científica sirve como base para dar sustento y validez a la misma, utilizando como herramientas principales la encuesta, entrevista virtuales para la obtención de datos, para su posterior análisis del mismo y argumentar en base a los datos obtenidos.

Los restaurantes de Briceño deben tener hacer más énfasis en el desarrollo de las actividades gastronómica, debido, a que mal momento de desarrollar su actividad, la mayoría de las veces se basa en su conocimiento empírico de trabajo, donde la capacitación profesional en el área gastronómica por parte de la autoridad competente es mínima, lo que se debe al manejo inoportuno por parte de la autoridad como lo es el caso del Gad San Vicente.

2, 13, Alimentación, cocina y gastronomía en restaurante

La relación histórica de los seres humanos y el fuego comenzó hace menos de un millón de años y ha sido uno de los grandes condicionantes de la evolución de la especie. Sólo los seres humanos cocinan, porque sólo los seres humanos dominan el fuego: el incendio destruye, la cocina transforma. La transformación culinaria es un proceso muy complejo que modifica el alimento y le aporta nuevas características y propiedades, amplía la gama de alimentos digeribles y tiene un importante papel higienizador. Cocinar supone elaborar alimentos aptos para el consumo a través de múltiples y complejas manipulaciones que se pueden catalogar como tecnología culinaria.

Las diversas culturas tienen unas cocinas tradicionales que han sido acondicionadas de forma ecológica por el entorno y que se basan en el consumo de determinados alimentos, cocinados y conservados de diversas maneras. Una buena cocina requiere a la vez un "control de calidad organoléptica, nutricional y sanitaria". El término "Gastronomía" hace referencia al estudio de la relación del ser humano con su alimentación y su entorno físico y social. La gastronomía de la sociedad actual se enriquece y amplía con una gran gama de productos elaborados por la industria, que debería estar enfocada a facilitar una alimentación buena y saludable. (Rosselló Borredá, 2012)

Como expresa el autor la alimentación está relacionada con la gastronomía y la forma adecuada en la preparación de los alimentos para una alimentación saludable, adicional a ello expresa también que las diversas culturas tienen unas cocinas tradicionales que han sido acondicionadas de forma ecológica por el entorno y

que se basan en el consumo de determinados alimentos, cocinados y conservados de diversas maneras.

2.14. Turismo gastronómico- restaurantes

El turismo gastronómico es una modalidad emergente de turismo muy demandada en la primera década del siglo XXI en la que el turista busca degustar los productos alimenticios típicos de la zona geográfica que visita, conocer el proceso productivo y disfrutar del patrimonio cultural y culinario de esos lugares. (Morales-Fernández, 2015)

Como expresa el autor el turismo gastronómico es una modalidad emergente muy demandada, donde el turista busca degustar producto típico de una zona determinada zona geográfica, en el balneario Briceño los restaurantes utilizan la gastronomía, como punto clave para fidelizar cliente.

En relación con el crecimiento exponencial de la investigación del turismo gastronómico, varios artículos de revisión han examinado la relación de la gastronomía y el turismo desde distintas perspectivas temáticas y disciplinarias. (De Jong, 2018)

Como indica el autor el turismo gastronómico se han examinado varios artículos relacionados con la gastronomía y el turismo, desde distinta perspectiva y temáticas, para su estudio, en el desarrollo de este trabajo se utilizó la temática relacionada a la especialidad de marisco y su proceso de preparación.

El turismo gastronómico es una tipología turística cuya práctica se extiende a lo largo de todo el año, y que se da en contextos geográficos de cualquier índole. A su vez, las rutas turísticas, tanto naturales como culturales, representan un producto turístico que contribuye también a la desestacionalización de la actividad turística, con un gran potencial para el desarrollo regional. (Molleví Bortoló, 2017)

Desde el punto de vista del autor el turismo gastronómico es una tipología turística, la cual se extiende durante todo el año, la misma que se da en contexto geográfico sean de cualquier índole.

CAPITULO III

EVIDENCIAS DEL CONTROL DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE LOS RESTAURANTES DEL CANTON SAN VICENTE.

3.2. Resultados

La investigación referente a la gestión de la calidad del servicio para la atención al cliente en los restaurantes del cantón San Vicente se validado a través de Métodos teóricos, científico, cuantitativos y cualitativos y Delphi, Utilizando como herramienta el instrumento de la encuesta virtuales debido a la situación actual del Covid 19 para conocer la problemática existente en la comunidad de Briceño de la cual se extrajo una muestra de 97 personas de los diferentes establecimientos tomados como objetos de estudios los datos obtenidos serán tabulados mediante software el SPS 25, para el procesamientos de los datos obtenidos.

Se realizaron 10 preguntas, estructurada de forma estratégica, las cuales fueron dirigidas a los turistas que visitan los establecimientos gastronómicos como también a los dueños de dichos establecimientos siendo los turistas la semejanza más confiable para obtener respuestas positivas, para una mayor interpretación se presenta las tablas de frecuencia correspondiente a cada pregunta. Se realizó un Análisis de fiabilidad, dando como resultado de 0.8.30 por lo que el instrumento aplicado es confiable para las personas encuestadas. y una validez de 0,705

3.2. Análisis de los resultados a turistas

De un total de 97 encuestados el 62.9% que representa a 62 personas que pertenecen al género femenino, mientras que el 36.1% que representa a 35 encuestados mencionan que pertenecen al género masculino, adicional a ello solo 1 persona expreso no decir su género que equivale al 1%. El mayor número que de encuestados es de género femenino y por lo consiguiente el género masculino, esto quiere decir la mayor parte que respondieron la encuesta son mujeres. (Tabla 19, Grafico 15)

Rango de edad

De un total de 97 encuestados el 6.2% que representa a 6 personas que son menores de 18 años mientras que el 87.6% que representa a 85 encuestados indicaron que son mayores de 18 a 40 años, mientras que el 5.2% que representan a 5 personas son mayores de 40 años y solo 1 persona que equivale al 1% expreso que es mayor de 60 años.

De un total de 97 encuestados el 83.5% que representa a 81 encuestados indicaron que, si consideran importante un buen manejo de los servicios gastronómico, en los restaurantes de Briceño, en cuanto al 1% que pertenece a 1 personas señalaron que no consideran importante, mientras que 15,5% perteneciente a 15 individuos expresa que algunas veces es importante un buen manejo de los servicios gastronómico, en los restaurantes de Briceño

De un total de 97 encuestados el 44.3% pertenece a 43 individuos mencionaron que el personal que brinda atención en los restaurantes de Briceño si está capacitado

para satisfacer sus necesidades, mientras que el 11.3% corresponde a 11 personas indican que el personal no está capacitado para satisfacer todas sus necesidades, en cuanto 43.3% que respecta a 43 encuestados consideran que el personal algunas veces está capacitado para satisfacer todas sus necesidades.

De acuerdo al criterio emitido por los encuestados a mayor parte de ellos consideran que el personal si esta capacitados para atender sus necesidades en los restaurantes de Briceño.

De un total de 97 encuestados el 39.2% correspondiente a 38 personas respondieron que los restaurantes si cuentan con instalaciones modernas y atractiva, mientras que el 19.6% perteneciente a 19 individuos mencionan que los restaurantes de Briceño no poseen instalaciones modernas y atractivas para brindar una calidad del servicio, en cuanto a un 41.2 referente de 40 sujetos indican que algunas veces los restaurantes cuentan con instalaciones modernas y atractivas para brindar una calidad de servicio. (Tabla 22, Grafico 18).

De un total de 97 encuestados el 90.7% correspondiente a 88 individuos respondieron que, si consideran importante una buena atención prestada en los restaurantes del balneario Briceño, mientras que un 9.3% referente a 9 encuestados mencionan que no consideran importante una buena atención prestada en los restaurantes del balneario Briceño. (Tabla 23, Grafico 19)

En relación con los datos obtenidos se puede concluir que la mayoría de los encuestados consideran y afirman que si consideran importante una buena atención prestada en los restaurantes del balneario Briceño.

De un total de 97 encuestados el 58.8% que corresponde a 57 personas respondieron que si están satisfecho sobre la atención recibida en el servicio que le prestan los restaurantes, mientras que el 1% que hace referencia a 1 manifestante mencionan que no están satisfecho con la atención recibida en el servicio que prestan los restaurantes, en cuanto al 40,2% que equivale a 39 individuos nos mencionan que algunas veces están satisfecho con la atención recibida en el servicio prestados por parte de los establecimientos gastronómicos de Briceño.

3.3. Satisfacción de los clientes

En referencia a la satisfacción sobre la atención recibida en el servicio prestado por parte de los restaurantes de Briceño la mayoría de los encuestados afirman que si están satisfecho con la atención recibida en el servicio por parte de los establecimientos gastronómicos de Briceño.

De un total de 97 encuestados el 78.4% correspondiente a 76 manifestaciones indicaron que, si están satisfecho con los platos que le ofrecen los restaurantes, mientras que el 21.6% perteneciente a 21 encuestados indican que no están satisfecho con los platos que le ofrecen los restaurantes de Briceño De acuerdo a los datos que se han obtenido se puede decir que las personas encuestada si

están satisfecha con el servicio que le ofrecen los restaurantes

De un total de 78 encuestados el 58.8% correspondiente a 57 personas manifestaron que La preparación de los alimentos si cumple cumple con la calidad adecuada en los restaurantes de Briceño, mientras que el 2.1% equivalente a 2 individuos mencionaron que La preparación de los alimentos en los restaurantes de Briceño no cumple con la calidad adecuada, finalmente un 39.2% con 38 sujetos cada uno indicaron que algunas veces que la preparación de los alimentos cumple con la calidad.

De acuerdo a los datos recogidos se obtuvo respuesta favorable sobre la preparación de los alimentos que si cumple con la calidad adecuada en los restaurantes de Briceño.

De un total de 97 encuestados el 79.4% perteneciente a 77 individuos indicaron que, si consideran los aspectos al momento de elegir un restaurante, mientras que el 1% que refiere a 1 persona expreso que no considera importante tales aspectos al momento de elegir un restaurante, en cuanto al 19.6% que representa a 19 manifestantes indican que algunas veces toman en consideración los aspectos mencionados

Se obtuvo resultados favorables que indican que los encuestados si consideran los aspectos, como precio, inocuidad adecuada del producto, atención al cliente,

variedades de platos, al momento de elegir un restaurante.

De un total de 97 encuestados el 69.1% representa a 67 personas indicaron que la calidad de servicio que brinda los restaurantes del balneario Briceño si es apta para turistas que visitan el lugar, mientras que el 3.1% equivalente a 3 manifestantes dijeron que no es apta la calidad del servicio que brindan los restaurantes a turistas que visitan el balneario Briceño, adicional a ello el 27.8% equivalente a 27 persona dijo que la calidad de los servicios algunas veces es apta para los turistas que visitan el lugar.

Con los datos que se recogieron se obtuvieron resultados positivos debido a que la calidad de servicio que brinda los restaurantes del balneario Briceño si es apta para turistas que visitan el lugar.

La encuesta aplicada a los turistas que visitan los establecimientos gastronómicos, conjuntamente con los propietarios permitió demostrar en base a los datos obtenidos, y analizados por experto, que la calidad del servicio en los restaurantes, se considera aceptable y buena, sin embargo, cabe resaltar que la mismo no es igual en todos los establecimientos que prestan el servicio gastronómico, algunos tienen falencias en cuanto a la gestión de la calidad del servicio para los turistas.

El Instrumento aplicado permitió conocer que de las 10 preguntas aplicadas en relación con la calidad del servicio para gestionar la atención a los turistas que visitan

los restaurantes, acompañados con los propietarios de los mismo establecimientos demostró que la atención en general es buena otras veces aceptable, los datos obtenidos son confiables debido a que los mismos fueron expuestos a la fiabilidad y validez mediante el Software estadístico Spss25.

De las 97 personas encuestada más del 70% está de acuerdo o conforme con el servicio obtenido, la interpretación de los datos se fundamenta en base al procesamiento de los mismo mediante el Software estadístico spss25, y también desde el análisis y discernimiento empírico, debido a que la información obtenida se fundamenta mediante la experiencia del investigador por lo cual la mismo se convierte en fuente primera de información confiable.

Se encontró algunos restaurantes que no califican para un buen manejo del servicio de calidad para gestionar la atención del cliente en los restaurantes de Briceño Cantón San Vicente, se realizó una propuesta, formulada estratégicamente en base a la necesidades y deficiencia que presentan los restaurantes que no califican en el campo de la investigación realizada.

CAPITULO IV

ACCIONES PARA GESTIONAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL CANTON SAN VICENTE

4.1. Acciones

Elaborar acciones a través de las autoridades competente acorde en relación con el servicio de calidad para gestionar la atención del cliente en los restaurantes de Briceño Cantón San Vicente, el mismo que evidencie dónde se evidencie que los restaurantes cumplan los planteado.

El cantón San Vicente, en la última década ha incursionado en la instalación de establecimientos para la preparación y venta de servicios de restauración. La infraestructura de los locales de servicios de restauración en el balneario Isla Briceño, ha sido construida con materiales propios del sector. Por otro lado, los servidores de restauración son personas que han incursionado en el oficio ante la necesidad de una fuente de trabajo e ingresos. En momento actual en el balneario Briceño los servicios gastronómicos no con una cuentan con una gran afluencia de visitante debido a la situación actual del mundo sobre la pandemia denominada Covid-19, cabe recalcar que a pesar de ello Briceño se ha convertido en un destino acogedor para aquellos que buscan disfrutar del mar y vacacionar, en este contexto los prestadores de servicios gastronómicos han desarrollados sus actividades en base al turismo que se genera al llegar los turistas al balneario.

Las condiciones en las que operan los prestadores de servicios gastronómicos desde la perspectiva de los datos obtenidos y del análisis empírico del lugar donde habitan las personas, lugar donde se desarrolla la investigación en base a el servicio de calidad para gestionar la atención del cliente en los restaurantes de Briceño Cantón San Vicente, manifiesta que el servicio es bueno, pero no del todo porque deja, mucho que desear en comparación con otros lugares turísticos en cuanto a la calidad del servicio.

Las falencias encontradas en los establecimientos relacionadas con el con el servicio de calidad para gestionar la atención del cliente en los restaurantes de Briceño Cantón San Vicente, se deben mayormente a la falta de la capacitación de la misma. en cuanto a la infraestructura de los locales en algunos restaurantes no es moderna y ni atractiva lo que se traduce en falta de calidad del servicio.

Los restaurantes de San Vicente son un complemento fundamental para el desarrollo del turismo en la localidad, es necesario recalcar que los mismos deben cumplir con una buena calidad de servicio que permita gestionar la atención a los clientes en los restaurantes de Briceño, caso contrario se pretende ejecutar acciones con estándares de calidad aprobados mediante las autoridades pertinente, dónde se evidencien que los restaurantes cumplan con los procesos de calidad debidos.

El estudio determino mediante la investigación fundamentada en la revisión bibliográfica, con los instrumentos utilizados los mismos que respondieron a la

dificultad existente dar solución, a partir de una propuesta según los datos obtenidos, e interpretados con docente de la Uleam.

Se consideró este tema de investigación por la importancia que tiene el mismo para para contribuir al desarrollo del turismo teniendo en cuenta la calidad del servicio en general para ser competitivo frente a otros destinos turísticos. Esta investigación aportará en mejorar la calidad del servicio para gestionar la atención del cliente en los restaurantes de Briceño Cantón San Vicente según estándares establecidos en el desarrollo de la investigación para cumplir con los objetivos propuestos de los mismos.

Es de vital importancia elaborar acciones que den respuestas al problema encontrado, en relación con el servicio de calidad para gestionar la atención del cliente en los restaurantes de Briceño, con la finalidad de obtener una muy buena calidad del servicio.

4.2. Formación de talleres a los prestadores de servicios a través de las autoridades competente en relación con la calidad del servicio.

- Habilitar talleres de formación a los prestados de servicios a través de las autoridades competente en relación con la calidad del servició.
- Manejar procedimientos de calidad que estén acorde para la atención adecuada al turista en el servició prestado.
- Trabajar en los talleres de capacitación de calidad del servicio cada año en base a la temática de la

investigación debido a que el conocimiento se des actualiza.

A raíz de los datos adquiridos y previamente examinados, se propone realizar talleres de formación a prestadores de servicio y la atención en general al momento de brindar el servicio al turistas de Briceño, por ello se recomienda una capacitación sobre la temática expuesta a propietarios de los restaurantes de Briceño las mismas que las realizara las autoridades competente como es el caso del balneario Briceño el cual está al cargo del Gad San Vicente el mismo deberá tomar cartas en el asunto para realizar la capacitación, donde otorgue un certificado previo que demuestre haber aprobado los talleres.

Por ello la formación en tema de inocuidad alimentaria aportara al desarrollo adecuado en la preparación de los alimentos, lo que se traduce en una mejor calidad del servició para el turista, generándole así, un efecto positivo al momento de tomar el servicio.

La capacitación realizada aportará al desarrollo del turismo de la comunidad de Briceño, al mismo tiempo esta formación se plasmará como parte de una de las propuestas de la investigación generada por el desarrollador de la investigación según los lineamientos de la Uleam.

4.3. Manejar procedimientos de calidad que estén acorde para la atención adecuada al turista en el servició prestado.

A raíz de los talleres de formación habilitados por parte de las autoridades competentes para la formación

adecuada de los prestadores de servicios gastronómicos se espera que los propietarios de restaurantes sean más conscientes al momento de manejar procedimientos de calidad acordes para la atención al turista mediante el servicio prestados.

Debido a ello la investigación realizada tiene como objetivo específico que exista un óptimo manejo adecuado en el proceso operativo en cuanto a la calidad del servicio para atención al turista, la misma permitirá que hacer un buen uso apropiado relacionado a la prestación del servicio.

Trabajar talleres de capacitación de calidad del servicio cada año en base a la temática de la investigación debido a que el conocimiento se des actualizan La última propuesta de la investigación tiene como objetivo hacer una capacitación periódica relacionada al tema desarrollado en la investigación debido a que el conocimiento con el pasar del tiempo muchas veces que obsoleto es decir se des actualizan con el tiempo, y esto sucede porque con el pasar del tiempo surgen nuevos procedimientos, técnicas, y conceptos que están a la vanguardia de la competencia.

A raíz de ello la propuesta de trabajar talleres de capacitación cada año como mínimo, para actualizar los conocimientos previos obtenidos en los años anteriores, esta actualización de conocimiento contribuirá a un mejor manejo del procedimiento en cuanto a la atención del cliente y el, manejo del mismo, también sobre los procesos adecuados sobre el desarrollo correcto de la inocuidad alimentaria.

Las autoridades encargadas del lugar deberán hacer más énfasis en la capacitación anual, sobre los prestadores de servicio, debido a que el pequeño empresario es el que contribuye a fomentar la economía del sector en base al turismo y para ello se necesita un servicio de calidad en cuanto a la atención prestada, como también en la preparación de los alimentos, y el uso adecuado del mismo al momento de ejercer sus actividades.

CAPITULO V

PROCESOS DE UNA EVALUACIÓN CONTINUA EN GESTION

EVALUACIÓN CONTINUA

De acuerdo con (Rosales, 2014, pág. 3), la evaluación durante el proceso de aprendizaje o formativa es un término que fue introducido el año 1967 por M. Scriven para referirse a los procedimientos utilizados por los profesores con la finalidad de adaptar su proceso didáctico a los progresos y necesidades de aprendizaje observados en sus alumnos. Es la que se realiza durante el desarrollo del proceso de enseñanza aprendizaje para localizar las deficiencias cuando aún se está en posibilidad de remediarlas, esto es, introducir sobre la marcha rectificaciones a que hubiere lugar en el proyecto educativo y tomar las decisiones pertinentes, adecuadas para optimizar el proceso de logro del éxito por el alumno. Desde el punto de vista del autor expresa que la evaluación continua se realiza con la finalidad de localizar las deficiencias encontradas en el aprendizaje y actualizar los conocimientos.

La evaluación continua es un método de evaluación, en el que se realizan pruebas de forma periódica a lo largo del periodo lectivo; estas pruebas se realizan para que se pueda valorar todo el proceso de aprendizaje del alumnado y mejorarlo, a medida que transcurre el curso. La evaluación continua se suele asociar al paradigma aprendizaje y a la evaluación formativa. La evaluación continua, como todo, se puede hacer de una buena

manera o, todo lo contrario. Si el desarrollo de la evaluación continua es correcto, las pruebas serán más fáciles, cortas y variadas, por lo que el alumno tendrá más posibilidades de aprobar. Si la evaluación continua está bien diseñada, el alumno debería superar la asignatura sin la necesidad de hacer una prueba final. Si por el contrario, la práctica de la evaluación continua se desenvuelve de manera inapropiada, la importancia recaerá en las pruebas calificativo y deberá trabajar más. (pedagoga, 2018)

La evaluación continua es, por un lado, conocer las aptitudes de los alumnos en función de la valoración de su rendimiento y su orientación profesional y escolar. Por otro lado, la de interpretar el proceso o desarrollo de la actividad y tiene en cuenta la totalidad de las variables que están implicadas como son los programas, los métodos, las técnicas, el desarrollo, etc. (Morales,Artero, 2001)

PROCESO DE EVALUACIÓN CONTINUA

Todo proceso de evaluación necesita que se mida desde una evaluación de procesos, por esto es necesario que para aplicar una propuesta es necesario medir continuamente para medir impacto. Aunque hay muchos trabajos que han destacado las diferencias entre el método de evaluación puntual y el de evaluación continua (con independencia de la forma de aplicación de ésta), poniéndose de manifiesto en general las grandes diferencias en los resultados obtenidos (Mingorance Arnáiz, 2008) (Herradón, 2009) y (Pinar, 2009), no se ha constatado si existen diferencias entre la evaluación

continua de conocimientos y los procesos de formación en competencias. A priori, parece lógico pensar que, en la medida en que el primero se aproxime al segundo, éstas deberían ir diluyéndose.

(Ramirez, 1999), Señala que para brindar un servicio de calidad al cliente primero se debe saber las necesidades de los clientes y la perspectiva que éstos tienen acerca del establecimiento, al saber sobre sus preferencias podremos distinguir cual es el objetivo y que es lo que él busca, para así brindar un buen servicio, y que el cliente se sienta satisfecho.

De acuerdo a lo indicado por (Botero, 2006), para alcanzar la satisfacción del cliente es necesario que los establecimientos turísticos realicen siempre una evaluación en las cuales puedan medir sus competencias, empatía de los empleados, seguridad y oferta de productos gastronómicos. Por ello, la percepción de servicios está encadenada con los elementos tangibles, como cumplimiento de promesa, actitud profesional y competencia.

(Vergara J., 2011),. Enfatizan que todo producto es un servicio, no tiene ninguna utilidad, su uso sirve para dar satisfacción al cliente. Además, sus características de producción y consumo configuran al sector turístico como herramienta de gestión de satisfacción y servicio al cliente. Por esto, el producto-servicio comparte características propias y elementos tangibles e intangibles.

BIBLIOGRAFÍA

- A, R. (1999). Calidad en el servicio al cliente. *Revistas de ciencias administrativas y financieras de la seguridad social*, 7.
- Alonso, M., & Barcos, L. y. (2006). *Gestión de la calidad de los procesos turísticos*. Madrid: Síntesis. Madrid ;sintesis .
- America, I. Z. (2008). Obtenido de eumed: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011c/981/concepto%20de%20rentabilidad.html>
- Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente* . Ediciones Díaz de Santos (p. 148).
- Cabrera, S. (2019). *La fidelización del cliente en negocios de restauración*. Obtenido de Mendely: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi45.1841>
- Canfield, T. (1998). *repositorio.uta.edu.ec*. Obtenido de Modelo de Gestión de Calidad y su incidencia en la Satisfacción del Cliente de la empresa MEGAPROFER S.A. de la ciudad de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1468/1/229%20Ing.pdf>
- Colmenares Delgado, O. S. (2007). *Mendely*. Obtenido de Colmenares Delgado, O., SaavedAproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio. : https://www.mendeley.com/catalogue/74edcb05-49f9-3232-ab93-d88a92195c97/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B13bac3cb-bf12-4732-990b-4c168ec75b2b%7D

- Daza Rodríguez, M. E. (2017). Servicio al cliente: una estrategia gerencial para incrementar la competitividad organizacional en empresas de Valledupar (Colombia). *Aibi Revista de Investigación*,, 20-26.
- De Jong, A. P. (2018). *Mendely*. Obtenido de De Jong, A., Palladino, M., Puig, R. G., Romeo, G., Fava, N., Cafiero, C., ...Gastronomy Tourism: An Interdisciplinary Literature Review of Research Areas, Disciplines, and Dynamics. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3: <https://doi.org/10.3727/216929718x15281329212243>
- Deming, W. E. (1998). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. . Editorial Díaz de Santos S.A.
- Dittmer. (2002). *catarina.udlap*. Obtenido de Definicion de restaurante: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/corro_a_gf/capitulo2.pdf
- Duron, & Dahmer. (2006,1993). *catarina.udlap*. Obtenido de Definicion de restaurante: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/corro_a_gf/capitulo2.pdf
- FAD – CEPAM, 2. (04 de 2013). *Manual de atencion al cliente*. Obtenido de <https://www.fad.es/wp-content/uploads/2019/05/Manual-de-atenci%C3%B3n-al-Cliente.pdf>
- GAD. (2010). *San Vicente Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón San Vicente*. San Vicente. Obtenido de GAD San Vicente. (2010). Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón San Vicente.
- Gallego. (2005). *Propuesta de herramienta para la aplicación de la ingeniería de menú e*. Obtenido de <https://com-mendeley-prod-publicsharing-pdfstore.s3.eu-west-1.amazonaws.com/d719-CC-BY-2/10.14198/inturi2016.12.07.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEF0aCWV1LXdlc3QtMSJIMEYCIQCPs%2BL>

bsb1EgMLMfUuezzccORWbbDkLgtO%2FndNAw6LqDQlhAN8Ji2wc
CmCn3l7sNyD6MhB

García Pulido, Y. A. (2017). *Mendely*. Obtenido de Aplicación del diccionario de actividades al proceso de gestión de la inocuidad en servicios gastronómicos: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v11i3.1296>

Gutiérrez Nava, A. M. (2004). La calidad en el servicio. *Rev. Enferm. Inst. Mex. Seguro Soc*, 1–2.

Herradón, B. P. (2009). Experiencias y metodologías “b-learning” para la formación y evaluación en competencias genéricas en ingeniería. *Universitaria*.

Herrera. (2004). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18514/1/CARLOS%20GUSTAVO%20VERGARA%20OLVERA.pdf>

Hora, L. (3 de octubre de 2018). *Periodico la hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1102190534/en-la-playa-de-briceno-se-respira-tranquilidad>

Ishikawa, K. (1986). *Qué es control total de la calidad*. Editorial normal.

La Hora. (3 de octubre de 2018). En la playa de Briceño se respira tranquilidad .

López-Gómez, E. (2018). *El método Delphi en la investigación actual en educación: una revisión teórica y metodológica*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/706/70653466002.pdf>

Maria, E. (2018). *Mendely*. Obtenido de Qué es el servicio al cliente y cuales son sus elementos.: <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/>

Marketing, T. C. (06 de 03 de 2020). *Definición de Cliente*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

- Martín, F. A. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica* (2a. ed.). España: CIS - Centro de Investigaciones Sociológicas. Recuperado el 04 de 11 de 2019, de <http://ebookcentral.proquest.com/lib/uleamecsp/detail.action?docID=3223000>
- Mingorance Arnáiz, A. (2008). Análisis comparado entre los resultados de una. *Investigación Educativa*, 26, 1, 95-120.
- Ministerio de Fomento de España. (2005). *Mendely*. Obtenido de LA GESTIÓN POR PROCESOS. : <http://www.fomento.gob.es/NR/rdonlyres/9541ACDE-55BF-4F01-B8FA-03269D1ED94D/19421/CaptuloIVPrincipiosdelagestindelaCalidad.pdf>
- Molleví Bortoló, G. &. (2017). *Mendely*. Obtenido de El turismo gastronómico, rutas turísticas y productos locales: el caso del vino y el queso en Cataluña. : https://www.mendeley.com/catalogue/3f4073e9-4124-3c8c-b230-f0ed0caa2668/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bf7892d8a-3487-43cb-8907-50aaadfd584e%7D
- Monica, p. (09 de 06 de 2015). *ATENCIÓN AL CLIENTE*. Obtenido de <https://quesignificado.com/atencion-al-cliente/>
- Morales-Fernández, E. (2015). De La, M. Denominaciones de origen protegidas (dop) y turismo gastronómico: una relación simbiótica en Andalucía. De La, M., & Morales-Fernández, E. (2015). *Denominaciones de origen protegidas (dop) y turismo REVISTA DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS-*, 6. Obtenido de De La, M., & Morales-Fernández, E. (2015). Denominaciones de origen protegidas (dop) y turismo gastronómico: una relación simbiótica en Andalucía. GRAN TOUR, REVISTA DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS, (6).

- Mosquera, I. D. (2018). *Mendely*. Obtenido de La Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. : https://www.mendeley.com/catalogue/a122396f-c4fa-3249-a207-5463374095bd/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B68fabfda-cfdb-45d4-8ac6-48c3aa7384ec%7D
- Mostaedi. (1999). *catarina.udlap*. Obtenido de Definicion de restaurante: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/corro_a_gf/capitulo2.pdf
- Nations., U. (2011). Obtenido de ¿Qué es la calidad? In Gestión de la Calidad de Exportación.: <https://doi.org/10.18356/6a80ceac-es>
- Observatorio Laboral Revista Venezolana. (2011). *El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio*. Obtenido de Mendely: https://www.mendeley.com/catalogue/bace5ea9-07b9-383a-a246-046b89136182/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B92e7a7be-5245-406f-b7bf-5e2a34fb9719%7D
- P., B. M. (2006). Satisfaccion al cliente: el cliente incognito. Calidad en el servicio,. *Dialnet*, 217-228.
- Peresson, L. L. (2010). *Mendely*. Obtenido de Sistema De Gestion De La Calidad Con Enfoque Al Cliente. Sistema De Gestion De La Calidad Con Enfoque Al Cliente,,: Peresson, L. L. (2010). Sistema De Gestion De La Calidad Con Enfoque Al Cliente. Sistem<http://www.monografias.com/trabajos-pdf/calidad-enfocada-cliente/calidad-enfocada-cliente.pdf>
- Pinar, G. y. (2009). Una experiencia práctica de evaluación por competencias mediante el uso del portafolio del estudiante y su

impacto. *Formación e Innovación Educativa Universitaria*, 2, 2, 76-86.

Reguant, M. (01 de 07 de 2016). El metodo Delphi. *REIRE. Revista d'Innovación y Recerca en Educació*, 0-2. Recuperado el 10 de 01 de 2020, de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=m%2C3%A9todo+delphi&btnG=&oq=metodo+delp

Renata, P. C. (2005). *Servicio al Cliente La comunicación y la Calidad del Servicio en la atención al cliente*. Ideas Propias Editorial. Obtenido de Renata, P. C. (2005). *Servicio al Cliente La comunicación y la Calidad del Servicio en la atención al cliente*. Ideas Propia http://www.ideaspropiaseditorial.com/documentos_web/documentos/978-84-96578-12-8.pdf

Roldan, H. B. (2010). *Mendely*. Obtenido de Roldan, H *Calidad De Servicio Y Lealtad De Compra Del Consumidor En Supermercados Limeños*: https://www.mendeley.com/catalogue/27ca0baf-5c56-3913-9ccd-ab6581131781/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7B2cb4b566-2010-4133-91bc-5129fb0d73ee%7D

Roselló Borredá, M. J. (2012). *Mendely*. Obtenido de *Alimentación, cocina y gastronomía. Manual Practico de Nutricion y Salud. Conceptos Generales*: https://www.kelloggs.es/content/dam/europe/kelloggs_es/images/nutrition/PDF/Manual_Nutricion_Kelloggs_Capitulo_11.pdf

San andres de canoa. (2020). *San andres de canoa, gobierno autonomo descentralizado parroquial*. Recuperado el 2020, de <https://www.canoa.gob.ec/index.php/ct-menu-item-52/ct-menu-item-54>

- Solano Barrera, G. &. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente, para el funcionamiento de las empresas. *Revista El Buzón de Pacioli*, 1(82), 4–13. Obtenido de Importancia de la calidad del servicio al cliente, para el funcionamiento de las empresas.
- Taype. (2008). *biblio3*. Recuperado el 14 de 05 de 2019, de ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS SERVICIOS DE LA MUNICIPALIDAD DE MALACATÁN SAN MARCOS": <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- Torres, V. C. (2010). *Calidad Total en la Atención Al Cliente*. . Obtenido de Mendely: https://www.mendeley.com/catalogue/0b01a572-ff73-3db3-826a-7c27bc6d88f0/?utm_source=desktop&utm_medium=1.19.4&utm_campaign=open_catalog&userDocumentId=%7Bb5cd6aff-9f9f-41bd-b0ce-36857848c173%7D
- Torres, V. C. (2010). *Mendely*. Obtenido de Calidad Total en la Atención Al Cliente: https://books.google.es/books?id=xXdBBinORegC&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+como+estrategia+de+atencion+al+cliente&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- turismo, E. (2007). *catarina*. Recuperado el 14 de 05 de 2019, de catarina: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/dominguez_b_a/capitulo2.pdf
- Vargas, G. V. (2006). *El Servicio al cliente: ¡Más que un querer, un deber!* .
- Vergara J., Q. V. (2011). Análisis de la Calidad en el servicio y satisfacción de los usuarios en dos hoteles. *Ingeniare. revista chilena de ingeniería*, 420-428.
- Williams, E. (2007). *Servicio y atención al cliente*. Obtenido de Mendely: <http://historico.pj.gob.pe/CorteSuprema/cij/documentos/ServicioAtencionCliente110708.pdf>

zambrano, K. (30 de enero de 2020). Preparacion de alimentos en los restaurantes del balneario briceño. Recuperado el 14 de 05 de 2019, de https://www.ull.es/view/master/arqueologia/Justificacion_del_titulo/es

Zambrano, K. (22 de 06 de 2020). Resstaurante de especialidad . (K. Zambrano, Entrevistador)

Zanbrano Moran, C. F. (2015). *UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABI*. Obtenido de Los servicios de restauración y sus efectos en la afluencia turistica del balneario isla briceño del cantón San Siente : <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/657/1/UNESUM-ECU-ECOT-2015-48.pdf>

Zeithaml, B. (2001). *repositorio.uta.edu.ec/*. Obtenido de Modelo de Gestión de Calidad y su incidencia en la Satisfacción del Cliente de la empresa MEGAPROFER S.A. de la ciudad de Ambato: <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/1468/1/229%20Ing.pdf>

Anexos

Indicadores encontrados	Procesos a tomar en cuenta	Proceso a evaluar
<p>En relación con los resultados de la investigación realizada, se concluye que los restaurantes, la mayoría de ellos tienen una calidad del servicio que es aceptable y no tan buena en la atención al cliente del balneario Briceño perteneciente al Cantón San Vicente de la provincia de Manabí del Ecuador.</p> <p>La revisión bibliográfica permitió fundamentar teóricamente la investigación, dónde el estudio refleja un diagnóstico del contexto actual de los comedores existentes sobre cómo trabajan en relación con la calidad del servicio prestado por parte de los establecimientos gastronómico en el balneario Briceño.</p> <p>Los establecimientos gastronómicos tienen un potencial para hacer aprovechado de la mejor manera en base a la capacitación impartida por las autoridades competentes, al realizar la misma se le da un valor agregado a la calidad del servicio prestado por parte de los dueños de los establecimientos gastronómicos en el balneario Briceño.</p>	<p>Se recomienda que las autoridades realicen la capacitación, relacionada con el tema de estudio desarrollado, debido a que es importante porque la misma contribuirá a mejorar la calidad del servicio para gestionar la atención al cliente en los restaurantes de san Vicente, Briceño, canoa se hace énfasis en la misma por que esta tiene una fundamentación bibliográfica y práctica que por partes de los propietarios desconocen, o sus conocimientos están desactualizados sobre la temática desarrollada.</p> <p>Se recomienda que los prestadores de servicios deberán asistir a las capacitaciones en relación con la calidad de servicio para gestionar la atención a clientes debido a que mediante la misma se espera que los prestadores de servicio brinden una mejor calidad del servicio en relación con los conocimientos recibidos por partes de las autoridades.</p> <p>En función a los conocimientos obtenidos y por parte de las autoridades pertinente se recomienda hacer mejoras físicas de ser necesario en los establecimientos, con el propósito de brindar una calidad del servicio acorde a lo requerido por el turista, la misma que dará una perspectiva diferente al cliente que visite los establecimientos gastronómicos, garantizando así la calidad, y contribuyendo a que el turista se sienta satisfecho y contento</p>	<p>Realizar cuadros de actividades para que sean evaluadas semestralmente</p> <p>Realizar capacitación anual con los prestadores de servicio para evaluar el trabajo diario</p> <p>Evaluar capacitaciones Proponer proyectos de ordenanzas</p> <p>Formar perfiles en gestión y calidad de los servicios</p> <p>Evaluar de forma continua las Acciones formativas de calidad y mejoramiento en el servicio</p>

	<p>con el servicio recibido lo que se traduce en rentabilidad económica para los restaurantes.</p>	
--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Cuadro: Satisfacción al cliente en calidad del servicio

GLOSARIO

TÉRMINOS RELATIVOS RESTURANTE

Aparador: Mueble ubicado en el comedor, compartimentado para albergar una pequeña provisión de loza, cubertería, cristalería y mantelería.

Aperitivo: Comida o bebida que se toma antes de una comida principal.

APPCC: Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC o HACCP, por sus siglas en inglés) es un proceso sistemático preventivo utilizado para garantizar la seguridad alimentaria de forma lógica y objetiva. Se aplica en la industria alimentaria, farmacéutica, cosmética y en todo tipo de industrias que fabriquen materiales en contacto con los alimentos.

Aprovisionamiento: Proceso compuesto de varias fases a través del cual una empresa cubre las necesidades de medios productivos para la realización de su actividad. Dicho proceso comienza en el momento en que se detecta una necesidad hasta el momento en que el género queda almacenado a la espera de su utilización en el ciclo productivo.

Autoservicio: O self-service, del inglés. Servicio que consiste en la distribución de mostradores en línea o en islas equipados con maquinaria para mantener los alimentos en perfecto estado de conservación.

Barra: Zona destinada para atender a los clientes en el bar y/o para atender a los camareros encargados del servicio de mesas a través del control.

Bufé: Buffet o bufet (del francés, buffet "aparador"), es un tipo de servicio de comidas donde los productos alimenticios y su cubertería se exponen en mesas calientes y frías para el acceso libre del cliente.

Canapé: Palabra de origen francés (Canapé) que en gastronomía es definido como una pequeña porción de pan, hojaldre u otro tipo de base de masa preparada, cubierta con una pequeña cantidad de comida que se suele servir como aperitivo frío o a temperatura ambiente antes del servicio de los platos principales.

Carta de restaurante: Compendio de todos los platos que ofrece el restaurante y en el que suele estar incluido el menú del día. Puede estructurarse en platos por tipologías de contenido: carne, pasta, pescado, etc., por tipo de cocinado o por grupos (entremeses, primeros, segundos, postres). La carta admite múltiples variantes o variaciones a la hora de pedir la comanda.

Carta de bar-cafetería: Documento que contiene una relación agrupada por afinidades de platos, bebidas, vinos o preparaciones que el establecimiento de restauración ofrece al público, y sus respectivos precios.

Comanda: Vale de recorrido interno que permite conocer la petición del cliente y a qué cliente corresponden, qué punto de cocción desea, quién ha tomado la comanda (fecha), número de clientes que ocupan la mesa y si comen a la carta o menú. Con estos datos se hace la factura; una de las tres copias se la queda facturación, otra sellada por facturación va a cocina y la 3ª copia se la queda el

camarero.

Comensales: Grupo de personas que se reúnen en torno a la mesa con el propósito de comer.

Comida rápida / Fast food: Sector de la restauración dedicada a ofrecer un servicio de comida rápido, homogéneo, a precio asequible y en perfectas condiciones de higiene y calidad alimentaria. Empresas tipo hamburgueserías, pizzerías, bocaterías, entre otras.

Cristalería: Conjunto de objetos de cristal que forman parte de una vajilla. Los

cuidados de mantenimiento serán exquisitos en la manipulación de este material en lo referente a golpes, ya que su dureza es muy inferior a la del resto del material, desconchándose y rayándose con facilidad. El repaso se lleva a cabo con vapor de agua acidulada y paño de hilo, transportándose al comedor en bandejas con cubre cuando son grandes cantidades o en la mano y sujetas por el pie y base cuando son pocas. Se dejan colocadas en mesas y aparadores.

Desbarasado: Desocupar el lugar de trabajo dejando todo en su lugar habitual. En servicios de restauración, se dice del proceso por el que se recogen los útiles implicados en el servicio de sala, limpiando y colocándolos ordenadamente en su lugar.

Elaboraciones culinarias básicas y de múltiples aplicaciones: Técnicas y procedimientos sencillos de ejecución para la obtención de fondos de cocina, caldos, caldos cortos, Mirepoix y guarniciones sencillas, entre otros.

En place: Término francófono "En lugar de", que indica unido al retour, la devolución de algún género y su sustitución por otro.

Evento: Acontecimiento que se celebra de manera formal o solemne.

Existencias: Mercancías destinadas a la venta que se guardan en un almacén.

Ficha técnica de elaboración: Fichas en las que figuran los ingredientes, utensilios y proceso de elaboración de múltiples elaboraciones. Son utilizadas para el desarrollo y posterior servicio de comidas y bebidas.

Fórmula de restauración: Servicio de restauración que ofrece una tendencia

alimentaria determinada, con una oferta gastronómica particular y un tipo de gestión determinado (autoservicio, restaurantes de comida rápida, restauración activa, catering, vending, entre otras).

Género: Materia prima con la que se confeccionan las elaboraciones culinarias.

Guarnición: Aditamento, generalmente de hortalizas, legumbres, setas u otros

elementos, que se sirve acompañando a preparaciones culinarias, formando parte de ellas.

Higiene alimentaria: Conjunto de prácticas, comportamientos y rutinas que deben realizarse al manipular los alimentos con el objeto de minimizar el riesgo de daños potenciales a la salud. Los alimentos pueden transmitir enfermedades de persona a persona así como ser un medio de crecimiento de ciertas bacterias (tanto en el exterior como en el interior del alimento) que pueden causar intoxicaciones alimentarias.

Lencería: Conjunto de prendas de tela de hilo, algodón u otros materiales,

usualmente sin teñir, que se emplean en hostelería para vestir ciertas dependencias y mobiliario (ropa de cama, mantelería, ropa de baño, uniformes de personal, etc.); subdepartamento del hotel dependiente del departamento de Pisos y vinculado estrechamente con la lavandería, donde se organiza, controla y almacena toda la ropa que es utilizada en el hotel, así como la ropa de los clientes en caso de solicitud. Este subdepartamento suele estar dividido en cuatro áreas: lavado de ropa, planchado de ropa, costura de ropa y almacén.

Menaje: Conjunto de material (vajilla, cristalería, cubertería) y utensilios que se

utiliza en el servicio de restauración.

Menú: Relación ordenada de los diferentes platos que componen una comida

ofrecida por un establecimiento de restauración, por un precio fijo y determinado en el que va incluido pan, agua o vino, servicio e impuestos. Normalmente se divide en cuatro grupos: el primero hace referencia a los platos que estimulan el apetito (entremeses, sopas, cremas, etc.); el segundo a los ligeros (huevos, arroces, pescados, etc.); el tercero a los platos fuertes (aves, carnes, caza) y el cuarto a los postres (repostería, frutas, quesos, etc.).

Mise en place: Término francés que se interpreta por el de “puesta a punto”.

Engloba las tareas preparatorias tanto de géneros, como de utillaje y equipo

necesario para la ejecución del servicio, de forma exitosa.

Normas de servicio: Conjunto de reglas establecidas para la ejecución correcta del servicio de sala, bar y cafetería.

Oferta gastronómica: Conjunto de productos (comidas, bebidas y otros) que un

establecimiento hostelero ofrece a sus clientes mediante precio.

Orden de servicio: Instrucciones detalladas del desarrollo y ejecución del servicio

de restauración de un establecimiento, según la oferta gastronómica diseñada y las normas operativas de la organización.

Preservicio: Operaciones que se realizan antes del servicio, en la fase de puesta a punto de la sala (mise en place).

Procedimiento: Método sistemático y ordenado para realizar algo.

Protocolo: Conjunto de normas, tradiciones, costumbres y técnicas que la sociedad y los individuos disponen para la organización de sus actos, su convivencia y sus relaciones internas y externas. Mediante éstas se regulan y planifican los actos promovidos por las instituciones públicas,

entidades privadas y por las personas, se establece su orden y desarrollo y se ordenan los invitados y los símbolos.

Restauración: Actividad dedicada a la prestación de servicios de comidas y bebidas.

Sándwich: Emparedado que se suele hacer con un trozo de pan de molde abierto en dos mitades o dos rebanadas de cualquier tipo de pan, entre las cuales se coloca una o más capas de alimentos tales como carne, queso, verduras u otros, a veces con condimentos, salsas u otros acompañantes.

Servicio: Acto y efecto de servir; cubierto que se pone en la mesa para cada uno de los comensales; conjunto de viandas que se ponen a un tiempo en la mesa, por series y por orden; en transporte de pasajeros, es el conjunto de las distintas prestaciones que se ofrecen a los pasajeros a bordo de los trenes, como pueden ser: desayunos, aperitivos o snack, almuerzos y cenas, así como servicio de cafetería o restaurante dependiendo de la clase, el tipo de tren y del recorrido.

Técnicas de servicio: Diferentes procedimientos manuales o saberes prácticos empleados para el servicio de las ofertas gastronómicas del establecimiento de restauración.

Tipos de servicio: Modalidades de servicio de las ofertas gastronómicas de un establecimiento de restauración.

TÉRMINOS RELATIVOS SERVICIO AL CLIENTE

Asertividad: es la capacidad de solucionar problemas estratégicos y poder diferenciar la agresividad y pasividad, debemos ser consistentes tener las ideas claras, equilibradas para poder llegar a ser asertivos dando a conocer nuestro punto de vista.

Auditoria: es el mecanismo que tiene una compañía para revisar si cumple con el requerimiento legal e interno según su reglamento interno, para brindar un buen servicio.

Buzón de sugerencias: está diseñado para que los consumidores sin necesidad de escribir su nombre o sepan quién es da la opinión de cómo le para rece el servicio o lo atención prestada en el establecimiento.

Cadena de satisfacción: es utilizada en las empresas como medio de medir las capacidades de sus colaboradores el sentido de pertenencia con la organización para así poder brindarles a los clientes lealtad a la marca.

Ciclo de servicio: Es la cadena que forma todos los momentos de verdad que el cliente ha tenido la oportunidad de vivirlos, esto ayuda también a las personas que prestan un servicio para mejorarlo y conocer las necesidades del cliente.

Cliente: es la persona que adquiere nuestros productos o servicios, con la finalidad de suplir una necesidad que para él es básica e impórtate en ese momento. Ellos son los más importantes de nuestra empresa gracias a ellos es la productividad.

Competitividad: es la capacidad de un negocio o empresa para crear estrategias que lo ayuden a adquirir una posición vanguardista en el mercado. Se destaca la habilidad, recurso o conocimiento que dispone una empresa de la cual carecen sus competidores.

Cultura organizacional: es el conjunto de normas que se tengan en una organización en todas sus áreas basadas en respeto, valores, ética, integridad, actitudes, hábitos todo esto genera una persona íntegra y un ambiente laboral bueno.

Disposición: es tener el espacio y tiempo suficiente para realizar una actividad o brindando un servicio al cliente eficiente, solucionando

cualquier problema o inquietud que puede tener este sobre nuestro producto o servicio.

Empoderamiento: el proceso que realiza una persona para ganar poder, autoridad e influencia sobre otros, para esto es necesario tener poder de decisión, acceso a la información, habilidad para ejercer efectivamente.

Estándares: permiten controlar las operaciones o procesos que se realizan en la organización, teniendo el conocimiento cada una de las personas que trabajan en ella de sus actividades.

Encuesta: son un tipo de preguntas verbal o escrita que se relaciona a un grupo de personas determinado para obtener información sobre un tema específico para investigación, cuando es de forma escrita se usa entrevista y de forma escrita se realiza por medio de cuestionario.

Estrategia: es la técnica que tiene una organización para desarrollar ciertas actividades que mejoren el proceso de servicio con un objetivo fijo la satisfacción del cliente.

Ética: ser correcto y actuar bajo una normas o principios individuales y sociales que cada uno de nosotros vamos creando porque en el ambiente interno y externo de la organización de va creando.

Garantía de la calidad: comprende todas aquellas actividades de una empresa u organismo para conseguir y demostrar la calidad en ésta.

Gestión: es la dirección o administración de un negocio, que lo guía hacia un mismo camino lo cual lo puede llevar a la excelencia.

Insatisfacción: Es cuando un cliente no se siente satisfecho con el servicio o producto que le están brindando la empresa, ya sea por su mala atención o el desempeño del producto no alcanza a sus expectativas frente a su necesidad.

Misión: compromiso moral que tiene una organización o persona para poder llevara a cabo la función o deber moral que una persona o

colectividad consideran necesario para cumplir con su compromiso con la sociedad.

Momento de verdad: es el contacto físico que tiene el cliente con la organización donde sabemos cómo se prestara el servicio a cada uno de los clientes.

Momento estelar: esto se lleva a cabo cuando el cliente ya tiene lo que estaba buscando, llevándose una buena imagen de la empresa y del servicio que se prestó.

Momento crítico: se llama así cuando el usuario se lleva una mala imagen de la empresa o negocio al que está acudiendo llenándolo de insatisfacción y enojo en algunos casos.

Organización: es actividad relacionada a cumplir un mismo objeto con una actividad destinada para cada una de las personas que la conforman estableciéndoles tareas, roles o labores definidas para el área asignada.

Quejas: es la forma en que tiene el cliente de mostrar su inconformidad con un servicio o producto que este adquiriendo. También lo toman como modo de protesta.

Resarcimiento: se usa cuando al prestar un servicio se incumple con las obligaciones adquiridas ya, las cuales pueden ser penales o contractuales. Brindando seguridad que el compromiso se contraído.

Reingeniería: se utiliza cuando los procesos no funcionan bien y necesitan comenzar de nuevo planteando nuevas alternativas. Es hacer lo que se está haciendo, pero hacerlo bien.

Servicio: es la combinación de varias cualidades (intangibles) como desempeño, esfuerzo, atención y otros tangibles como un trato amable, un obsequio, los muebles de la sala de recibo entre otros.

Sistema: es la forma de manejar las normas o procedimientos con un orden lógico para la empresa, para ordenar el funcionamiento de una colectividad.

Valor agregado: son las características que le dan a un producto o servicio que lo hace ser diferente a la competencia, esto hace darle un mayor valor que le brinda a la empresa o negocio diferenciarse en el mercado.

Visión: es donde la empresa se ve a corto, mediano y largo plazo haciendo una proyección de su futuro sin dejar de lado las necesidades, expectativas y cambio de los clientes.

TERMINOS RELATIVOS A LA CALIDAD

Calidad: Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.

Requisito: Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

Satisfacción del cliente: Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.

TÉRMINOS RELATIVOS A LA GESTIÓN

Sistema de gestión: Conjunto de elementos mutuamente relacionados, utilizados para establecer la política, definir los objetivos y alcanzarlos.

Sistema de gestión de la calidad: Sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad.

Política de la calidad: Intenciones globales y orientación de una organización relativas a la calidad tal como se expresan formalmente por la alta dirección.

Alta dirección: Persona o grupo de personas que dirigen y controlan al más alto nivel una organización.

Gestión de la calidad: Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad. (inspección del producto final, identificación de las necesidades del cliente).

Planificación de la calidad: Parte de la gestión de la calidad enfocada al establecimiento de los objetivos de la calidad y a la especificación de los procesos operativos necesarios y de los recursos relacionados para cumplir los objetivos de la calidad.

ANEXOS

Canton san vicente





ANEXOS

Balneario Briceño



ANEXOS

Parroquia San Andres de Canoa



Descubre tu próxima lectura

Si quieres formar parte de nuestra comunidad,
regístrate en <https://www.grupocompas.org/suscribirse>
y recibirás recomendaciones y capacitación



   @grupocompas.ec
compasacademico@icloud.com

compAs
Grupo de capacitación e investigación pedagógica



@grupocompas.ec
compasacademico@icloud.com

ISBN: 978-9942-33-336-0



@grupocompas.ec
compasacademico@icloud.com

compas
Grupo de capacitación e investigación pedagógica